Varehandel og konjunkturer

Åkrehamn vekst

18. oktober 2018

Runar Skarstein
Regiondirektør

Dagens tekst:

1. **Litt nyere historie**
2. **Varehandelsrapporten**
3. **Konjunkturbarometeret**

SpareBank 1 SR-BANK

Dagens tekst:

1. Litt nyere historie
2. Varehandelsrapporten
3. Konjunkturbarometeret

SpareBank 1 SR-BANK

Litt nyere historie

- og kanskje svar på noen gamle spørsmål?

SpareBank 1 SR-BANK

Fra Handelens Dag oktober 2013 – «er det i år?»

Julehandelen sviktet? Undervurdering av netthandel

The Economist: Vi undervurderer effekten av teknologi i det lange løp
Kapital: Boomen har bare begynt

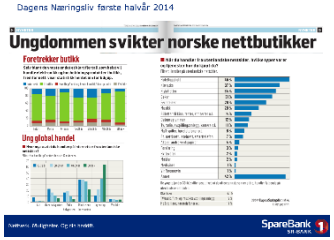
Urmaker Ronny Næss er «Lei utro kunder»

Benedicte Ferner legger ned - er «Lei av å være showroom for internett»

SpareBank 1 SR-BANK

Fra presentasjon av Varehandelsrapporten juni 2014

«Netthandel tsunami». Kredittkortselskapene bekrefter. Gjelder ikke bare unge



Det er av sine egne en skal ha det: Ungdommen svikter norske nettbuttikker

Netthandel eier ikke begrensninger

Fysiske butikker reklamerer for «internet beating prices»

SpareBank 1 SR-BANK

Fra Handelens Dag oktober 2014 – «Er det noen som ikke følger med i timen?»

Mer netthandel. Amazon utvider. Og ikke bare litt

Og dagligvarer? Hvorfor ingen netthandel der? Og hvis……?

Lagerbygg i New York stiger mer i verdi enn butikklokaler

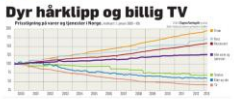
Det samme gjelder nok banklokaler i Norge

SpareBank 1 SR-BANK

Fra presentasjon av Varehandelsrapporten juni 2015

Oljeprisfallet har så langt ikke slått ut i lavere kjøpelyst

Svakere krone kan bidra til prisoppgang på klær for første gang siden 1997



Spår første prisoppgang siden 1997

Og vi shopper som aldri før

Men bytteforholdet har endret seg

Kjøpesenterdød i USA – treffer det oss?!

Handelens tempel går i graven

Kjøpesenterdøden i USA – kommer den hit?

Netthandel – bedre teknologiske løsninger på mobil og nettbrett gir ytterligere løft

Fremtidens netthandel er «off grid»

Fra Handelens Dag oktober 2015 – «Oljepris og varehandel, hva nå?»

Fra media

«Butikkdøden» fortsetter i USA – netthandel….

Fra media

Rogaland annerledesfylket – nesten halvparten frykter for jobben

Champagnesalget øker

- Salget av champagne har steget siden 2011
- Økning på 7 % i 2013
- Økning på 1,3 % i 2014
- Vekst på 4,8 % hittil i 2015
- Champagnesalget gir ingen indikasjon på brått omslag

Kilde: Vinmonopolet

Men det ser ut til at vi fortsatt kjører på første klasse

Kjøpesentrenes andel av handelen

Kjøpesentrene opprettholder en forholdsvis stabil andel av handelen
Hordaland har hatt en flat utvikling og har den høyeste andelen av fylkene med nær 40%
I Rogaland holder andelen seg på litt over 30%
Noe økning på Agder, særlig i Vest-Agder, blant annet som følge av Sørlandssenteret

Kjøpesentrene holder stand, men i hovedsak som følge av utvidelser

Kjøpesentre; gryende USA-tendenser her hjemme?

Fra presentasjon av Varehandelsrapporten juni 2016

Fra «Massiv butikkdød» til nye «nettkuler»

DN 19. april: «Varer på døren er ikke liv laga»
DN 22. april: «Varer på døren er liv laga»

Oi!

Strategivalg i den FYGITALE verden

SpareBank 1 SR-BANK

Fra Handelens Dag oktober 2016 – «Blir det mindre i korga?»

Meny og Rema tar grep – netthandel….

De tre bukkene Bruse – utfordrende struktur i dagligvarebransjen

«Er det dette Haugesund vil?»

Nedgang i Raglamyr-handel for første gang.

SpareBank 1 SR-BANK

Fra presentasjon av Varehandelsrapporten juni 2017

Matkrig

Nådeløst – «Apocalypse» - mindre fysisk – stadig færre ansatte

Men sammensatt også – Amazon goes physical

Og husk mulighetene! Enormt med eksempler på suksesser!

SpareBank 1 SR-BANK

Fra Handelens Dag oktober 2017 – «Mens vi venter på endringene»

Omveltninger

Dagligvarer på nett når 5 % først i 2030??

Nisjebutikker? Ditt valg….

Hva skjer når gigantene kommer?

Fra presentasjon av Varehandelsrapporten juni 2018

Størrelse – Konsept - Nett

Misfornøyde kunder – Kjedene sliter

Synkende andel av hundrelappen til «shopping» (hjemme)

Det gjelder ikke servering & tjenester!

SpareBank 1 SR-BANK

Og så siden juni……:

HAUGLUND-PORTEFØLJEN

Se opp for butikkdøden

I USA taper butikkene kampen om kundene, og varehusgiganten Sears har havnet på kanten av stupet. Vil det samme skje i Europa og Norden?

GJESTE-SKRIBENT

Tom Hauglund Investor, tidligere aksjemegler og investeringsøkonom i Nordnet.

Amerikanske Sears Holding, som eier detaljhandelskjedene Kmart og Sears, har for alvor begynt å merke at handelsmønsteret er i endring. Som smarttelefoner var for mobilbransjen, er digitalisering og netthandel på vei til å knuse selskaper som H&M i Sverige og Sears i USA. Nedsyltet i gjeld, og en markedsverdi som bare er en brøkdel av hva den var under storhetstiden, har Sears kommet i en skikkelig likviditetsskvis. I forrige uke ble en ny runde med nedleggelser av butikker kjent. Denne gangen er det nye 46 ulønnsomme butikker som skal stenges innen utgangen av november. Det virker for meg som om selskapet er for sent ute.

Sears Holding hadde etter førstekvartalstallene i år hele 1.275 egne butikker spredd rundt omkring i hele USA. Dette er butikker som historisk har levert bra tall i både gode og dårlige tider. Går økonomien dårlig, er konsumentene mer kostnadsbevisste. I gode tider er handleviljen uansett høy. Flere lavpriskjeder har derfor levert stabil inntjening i flere tiår. Men i de seneste årene har omsetningen stoppet fullstendig opp. Adferden til konsumentene har endret seg, og Amazon og andre nettaktører stjeler mer og mer av den totale omsetningen.

En titt på Sears' regnskap viser at selskapet har begge føttene i graven. I første kvartal falt samestore-salget med 12 prosent, mens det justerte driftsresultatet før avog nedskrivninger (EBITDA) var minus 225 millioner dollar. Gjelden er nå på over 3,5 milliarder dollar. Selskapet har en kontantbeholdning på 440 millioner dollar, hvorav halvparten er bundet.

Aksjen har fra toppen på over 120 dollar i 2007 falt til et nivå rett i overkant av 1 dollar. Det gir i dag en børsverdi på bare 132 millioner dollar. Siden årsskiftet er aksjefallet alene på hele 84 prosent.

Selskapet fikk i sommer en avtale med Amazon om å levere bildekk og lignende til Sears, hvor kunden henter dekkene og får gjort en del praktiske ting i butikken. Dette ble godt mottatt i aksjemarkedet, selv om det neppe er nok til å overleve. I høst skal nedleggelsen av butikker begynne for alvor. Alt i alt vil 78 Sears- og Kmart-butikker forsvinne. Slik det ser ut nå, vil nok dette antallet øke de neste månedene og til neste år.

Dette er ett av mange skrekkeksempler på hva netthandel, lave kostnader og marginskvis over tid gjør med detaljhandelen. Dette er også en illustrasjon på hvorfor det er all mulig grunn til fortsatt å være skeptisk til selskaper som H&M og XXL. Å kjøpe aksjer i denne sektoren fordi de har fått mye, ser fortsatt ut til å være en dårlig idé.

PS: Forrige uke skjedde det en feil som gjorde at avkastningen i Hauglund-porteføljen ikke ble oppdatert. Det er nå rettet opp. Den akkumulerte avkastningen er 16,6 prosent.

MINDRE SHOPPING: Sears er en av mange amerikanske butikkjeder som opplever et dramatisk fall i salget. FOTO: BLOOMBERG

Hauglund-porteføljen

	Sist uke	Anbefalt	Totalutvikling
BWO Offshore	18,92 %	08. jun.	42,8 %
Panoro Energy	29,31 %	08. jun.	50,7 %
Fjordkraft	0,77 %	08. jun.	0,2 %
Hunter Group	-3,71 %	08. jun.	-4,3 %
Orkla	-2,52 %	23. jul.	1,0 %
Porteføljeavkastning sist uke:			**8,55 %**
Hovedindeksen sist uke:			**0,53 %**
Hauglund-porteføljen hittil i år:			16,62 %
Hovedindeksen i samme periode:			1,87 %

PS: KURSEN OPPDATERES KLOKKEN 12 FREDAG ETTERMIDDAG.

SpareBank 1 SR-BANK

Og så siden juni……:

Netthandel vil ta over:

Eiendomskongen Ivar Tollefsen varsler en massiv butikkdød i Norge

Og så siden juni……:

EIENDOM

Tydelige netthandelseffekter på børsaksjene

AVKASTNING RUNDT 4,3 PROSENT: Alna Senter i Oslo ble solgt for 2 milliarder kroner. Prisingen var meget høy på forventninger om økte leieinntekter og muligheter for å utnytte nettbandelen.

Mens kjøpesenteraksjene har slitt på de nordiske børsene, suser logistikkeiendomsaksjer avgårde.

KAARE MARTIN GRANERUD

«De siste tre årene har nordiske eiendomsaksjoer med fokus på detaljhandel falt 3 prosent. For tiden er de større detaljhandelsselskapene som er notert på den nordiske hovedlisten, i snitt verdsatt mesten 25 prosent under bokførte verdier, og noen mindre detaljhandelsselskaper notert på First North er verdsatt enda lavere», skriver Pangea Property Partners i sin seneste rapport.

Og motstykket til handelseiendommer – logistikkeiendommer – merker en helt annen utvikling. Tall fra Pangea viser at slike børsnoterte selskaper har steget 19 prosent det siste året, noe som gjør dette til det sterkeste eiendomssegmentet.

– Det er svært sterk investorinteresse etter logistikk over hele Norden sikkurat nå. noe som resulla frem 1. kvartalstallene, kunne man lese i rapporten at de underliggende verdiene hadde en beregnet verdi på 285 kroner pr. aksje. Samtidig ble aksjen handlet for bare 151 kroner.

– Det har vært en begredelig kursutvikling, men det som er en mager trøst, er at det er noe vi har sett i samtlige kjøpesenterselskaper i Europa i 2017 og 2018, og vår aksjekurs har utviklet seg bedre enn snittet. Og en mager trøst er som kjent bedre enn ingen trøst, sa finansdirektør i Olav Thon Eiendomsselskap, Arne B. Sjærre til Finansavisen.

– Det er en sektor som i dag har litt manglende tillit blant investorene, og vi får håpe og tro at vi klarer å vise at de tar feil, la han til.

– Ikke utkonkurrert

– Netthandelen vokste med 13. 5 sentereiendene de siste årene. Pengene var blant annet mugler da Alna Senter på Alnabru i Oslo ble solgt fra Aspelin-Ramm til Norgesgruppen-eier Johan Johansson i starten av juni.

– I dag utgjør netthandelen 4 prosent av samlet konsum, men volumet vil øke, og det er tilpasningen som følger med, investorene er redde for, sier han.

– I USA ble det i 2017 ble det lagt ned 10.000 butikker, mens 14.000 nye ble etablert. Hennes & Mauritz og andre kjeder legger ned noen, men etablerer også nye. I tillegg kommer det en del nye som ikke er del av kjeder, sier Nustad.

– Vil påvirke senterinnholdet

Men det er ikke den tradisjonelle varehandelen som gir vekst i kjønesentrene, Beonsier ikke sikkert det er det kundene vil ha fremover, sier han.

Han mener at det er to typer sentre som vil klare seg – de største som defineres som destinasjoner – og lokalsentre tilpasset nærmiljøet.

– For eksempel er Strandtorget Her var kjøpesenteresen stor, med friere fra inn- og utland.

Dette har en omsetning på 2 milliarder i året, har leieinntekter på 164 millioner, rundt 5 millioner besøk hvert år, og på en 15 minutters kjøretur, når man en befolkning på 800.000 mennes-

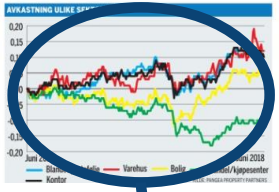
TOPPT I MIDTEN: – Senterne som ikke er veldig store eller har en tydelig lokal forankring, er de usikre, sier partner i Pangea Property Partners, Håvard A. Nustad.

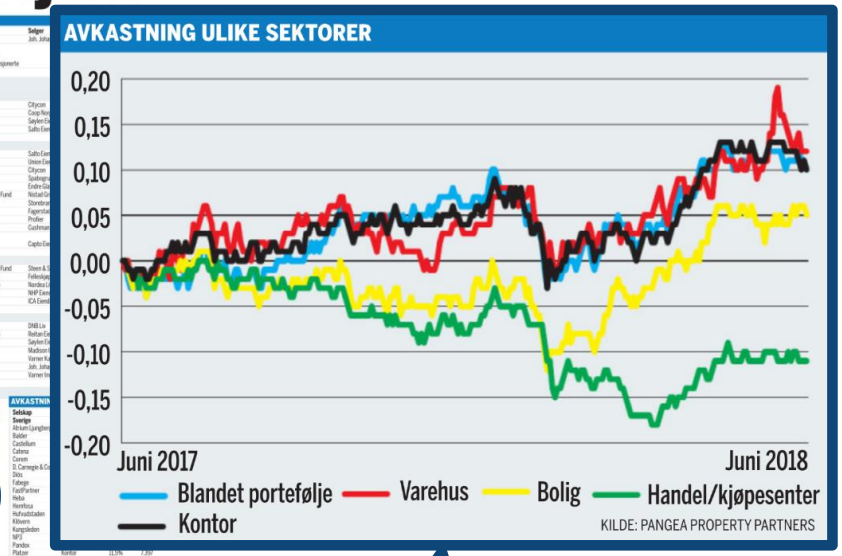
7-MILLIARDERSFUSJON: Schage Eiendom-sjef Egil Svenen (th.) og Scala Retail Property og Scala Retail Property-sjef Hans Jørgen Harland.

Bruttoyielden (direkteavkastningen – leieinntekter dividert på markedsprisen) var på 4,7 prosent, mens justert for eiers kostnader, ligger den etter hva Finansavisen erfarer rundt 4,3 prosent.

KJØPESENTERTRANSAKSJONER I NORGE

Senter	Beliggenhet	Salgstidspunkt	Kjøper	Selger
Alna Senter	Alnabru, Oslo	Juni 2018	Aspelin-Ramm	Joh. Johansson
Salto/Scala	Fusjon av senterkjeder	Juni 2018	Schage-familien og Norgesgruppen Johansson og Fredrikstad-familien ... fusjonerte	
Samlet sum gjennomførte transaksjoner i 2018				
PÅGÅENDE PROSESSER				
Heime Storsenter	Stord	Mai 2018	Midgaard Gruppen	Citycon
Handelsparken Åkgård	Lyngdal	Mai 2018	Pareto-syndikat	Coop Norge
Furuset Senter	Oslo	Januar 2018	Carnegie-syndikat	Søyland
Stoa Senteret	Arendal	Januar 2018	Brave Gruppen	Salto Eiendom
Samlet sum pågående prosesser i 2018				
Bysentret i Harstad	Harstad	November 2017	Arctic-syndikat	Salto Eiendom
Haukeliv Senter	Oslo	Oktober 2017	Realkapital Investors	Union Eiendom
Krokstad Senter	Nedre-Eiker	Oktober 2017	Clarkson Platou	Citycon
Hasle Torg	Oslo	September 2017	Carnegie-syndikat	Søyland
Norwegian Outlet Vestby	Vestby	August 2017	Via Outlet	Endre Gulbrandsen
Øyrane Torg	Bergen	Juli 2017	DNB Scandinavian Property Fund	Nustad Gruppen
Hasnes Storsenter	Kvinnherad	Juni 2017	Midgaard Gruppen	Storebrand
Sætter Torg	Oslo	Juni 2017	Vika Project Finance	Fagerstrand
Bekkestua Senter - Fase II	Bærum	Mars 2017	Deka Immobilien	Profile
Morenen Kjøpesenter	Eidsberg	Januar 2017	Union Eiendomsutvikling/ Fagerstad Utvikling	Cushman & Wakefield
50 prosent av Horisont Senter	Bergen	Januar 2017	Coop Norge Eiendom	Capto Eiendom
Samlet sum transaksjoner i 2017				
Lillestrøm Torv	Lillestrøm	Desember 2016	DNB Scandinavian Property Fund	Steen & Strøm
50 prosent av Ø44	Time	Oktober 2016	Coop Norge Eiendom	Felleskjøpet
Åsane Storsenter	Bergen	September 2016	Olav Thon Eiendomsselskap	Nordea Liv
50 prosent av Lade Arena	Trondheim	Juni 2016	DNB Liv	NHP Eiendom
Skedsmo Senter	Skedsmo	Februar 2016	Scala Retail Property	ICA Eiendom
Samlet transaksjoner i 2016				
Oslo City	Oslo	Desember 2015	Entra og Steen & Strøm	DNB Liv
50 prosent av fire kjøpesentre	Spredt beliggenhet	Desember 2015	Olav Thon Eiendomsselskap	Reitan Eiendom
Promenaden Property (1) eiendommer)	Oslo	September 2015	Meyer Bergman	Søyland Gruppen
43 prosent av Salto Eiendom	19 eiendommer	August 2015	Schage Eiendom	Varner Kulturfond
Sektor Gruppen	Norge	Mai 2015	Citycon	Joh. Johansson
Samlet transaksjoner i 2015				





SpareBank 1 SR-BANK

Og så siden juni……:

ØKER PÅ NETT: I sammenlignbare butikker økte salget med 3 prosent i perioden mai–juli.

FOTO: MAGNUS RØRVIK SKJØLBERG

Clas Ohlson øker nett-salget med 60 prosent

HANDEL: **Svenske Clas Ohlson inngår et samarbeid med nettgiganten Amazon for å øke salget ytterligere.**

SpareBank 1 SR-BANK

Og så siden juni……:

14 Nyheter

Fredag 28. september 2018 | Dagens Næringsliv

– Jo vanskeligere utfordringene er, desto større er gevinsten, mener Nørrøna-sjef Jørgen Jørgensen (t.h.), markedsdirektør Martin Lien markedsdirektør (t.v.) og viseadministrerende direktør Espen Engelstad (midten). Foto: Elin Høyland

Nettbutikkene går så det suser

Nørrønas største utfordring fremover er å øke antall kunder som handler i de fysiske butikkene.

HANDEL

Anders Nybakken Kvale
Oslo

Onsdag arrangerte bransjeorganisasjonen Virke konferansen «Retail apocalypse» i Oslo, der temaet var utfordringene norsk handelsnæring står overfor. Ferske tall viser blant annet at utenlandshandelen på nett og i fysiske butikker vokser kraftig, mens veksten i Norge er svakere.

Nørrøna er en av kjedene som i større grad enn andre står imot utfordringene og ser mulighetene som finnes. På konferansen ble sportsutstyrsleverandørens trukket frem som både en vekstvinner og margin-vinner. Nørrøna-sjef Jørgen Jørgensen ble også kåret til årets «retail-leder».

Alt er derimot ikke rosenrødt for den norske kjeden med hovedkontor på Lysaker i Bærum.

– Det er ingen hemmelighet at det er en komplisert og utfordrende hverdag. Vi jobber steinhardt for å få god vekst, sier Jørgensen til DN.

Vil ikke bli helt digitale

Sammen med markedsdirektør Martin Lien og viseadministrerende direktør Espen Engelstad forteller han at den største utfordringen de står overfor er å få opp antallet kunder i de 22 fysiske butikkene til kjeden.

Det er mulig. Vi må endre butikkopplevelsen med en miks av det digitale og det fysiske, sier Jørgensen.

En fersk rapport fra betalingstjenesten DIBS viser at nordmenn i år vil handle på nett for 144,8 milliarder kroner, en vekst på 17 prosent fra i fjor.

Norske nettbutikker hadde en vekst på 101 prosent fra 2011-2017, viser tall fra Virke. De fysiske butikkene i Norge har kun opplevd en vekst på 17 prosent i denne perioden.

De siste årene har Nørrøna investert og lansert flere digitale prosjekter, som sjefen mener har vært viktig for å møte utfordringene og nå ut til kundene sine.

– Vi har vært flinke til å ta beslutninger som kler i magen, men allikevel gjennomført dem. Men vi vil ikke bli 100 prosent digitale i Nørrøna. Det digitale kan ikke erstatte opplevelsen av å høre og se det som er i butikkene, sier Nørrøna-sjefen.

Tar høy pris

Jørgensen forteller at det som preger deres bransje er at alle kjederne underbyr hverandre på pris, og at nesten alle produktene er tilgjengelige innen et par dager i hele verden. Nørrøna har valgt en prispolitikk som gjør at de fortsatt kan ta en høy pris og har ikke maksimert salget.

– Vi har en ambisjon om å lage færrest mulig produkter. Målet er å bruke lengre tid på å utvikle et virkelig bra produkt, i stedet for å spytte ut noe som fort blir utdatert. Flere investerer nå i det å få produktene billigst og raskest mulig ut til konsumentene. Alt går mot lavere priser og raskere salg i de fleste bransjer. Nørrøna ønsker å være et motstykke til det og vil heller investere i [illegible] sen fremover.

Nørrøna

- Norsk sportsutstyrsleverandør grunnlagt i 1929.
- Hovedkontor på Lysaker i Bærum.
- Eksporterer til 20 land.
- Eies av familien Jørgensen gjennom Arktis Holding as.

Nørrøna Sport

Årsresultat

Millioner kroner	2017	2016	Endring
Driftsinntekter	516	497	3,9%
Driftsresultat	100	82	22%
Resultat før skatt	101	83	21,7%

– Kanskje er ikke den lave prisen så sentral hvis det ikke ligger god kundeservice bak, legger markedsdirektør Lien til.

I fjor endte Nørrøna Sport as med en omsetning på 516 millioner kroner, opp nær 60 millioner kroner fra året før, ifølge årsregnskapet. Resultatet før skatt endte på 101 millioner kroner, en vekst fra 83 millioner kroner i 2016. Konsernet fikk et resultat før skatt på 107 millioner kroner.

«Ikke 90 års historikk»

Nørrøna produserer alt fra hovedkontoret på Lysaker. Jørgensen mener at en del av veksttuksesen i Norge, skyldes at kundene kjenner til produktene og verdiene til [illegible]

[illegible] har et emosjonelt forhold til produktene våre. Når vi ser at produktene våre brukes år etter år, og sendes til reparasjon etter 15 år, så er det en stor seier for oss, sier Jørgensen.

Det er derimot vanskeligere å ta markedsandeler i utlandet, ifølge sjefen. Nørrøna eksporterer til 20 land og har nylig også fått på plass et hovedkontor i Colorado i USA.

– Vi jobber for å få opp eksportvekten, men det er utfordrende. I Norge er det nok folk som kjenner til oss og som vet om våre verdier og hvor mye vi legger i produktene. I utlandet har vi ikke 90 års historikk å bygge på. Der kommer vi inn blant store barnsoterte selskaper og private-equity-selskaper, og så skal vi vise hvordan vi er annerledes. Det er ikke lett og en ordentlig kamp, sier viseadministrerende direktør Espen Engelstad.

anders.kvale@dn.no

Tror Amazon kan være på plass i Norge om ett år

Oslo: Blant foredragsholderne onsdag var Tapad-grunder Are Traasdahl. Han var invitert for å snakke om hva som skjer med norsk handelsnæring når den amerikanske netthandelsgiganten Amazon gjør sitt inntog.

Traasdahl tror Amazon, som har over 1000 milliarder dollar i markedsverdi, er på plass i Norge om mellom ett og fem år. Til sammen gir rundt fem prosent av all detaljhandel i USA gjennom Amazon.

– Bransjer som ikke har [illegible] med i timen kommer til å [illegible] vanskeligst. De som allerede [illegible] litt utfordringer med kunder [illegible] det enkleste byttet. Amazon [illegible] forenklet kjøpsprosessen og jo

tror alt som kan bidra til å spare tid er viktig for folk, sier Traasdahl.

Han er imidlertid enig med Nørrøna-sjef Jørgen Jørgensen om at det ikke er mulig å erstatte fysiske butikker.

– Det er veldig mye som ikke kan skape gode kundeopplevelser på internett, for eksempel en

veldig kunnskapsrik person.

Nørrøna-sjef Jørgensen frykter ikke Amazon for øyeblikket.

– Vi har foreløpig gjort oss uavhengig av Amazon. Vi er opptatt av kjøpsopplevelsen og våre verdier. Vi er nok også i en prisklasse som ikke er dominert av dem, sier han.

Are Traasdahl. Foto: Elin Høyland

på plass i Norge om e

tror alt som kan bidra til å spare tid er viktig for folk, sier Traasdahl.

Han er imidlertid enig med Nørrona-sjef Jørgen Jørgensen om at det ikke er mulig å erstatte fysiske butikker.

– Det er veldig mye som ikke kan skape gode kundeopplevelser på internett, for eksempel en

veldig kunnskapsrik person.

Norrøna-sjef Jørgensen frykter ikke Amazon for øyeblikket.

– Vi har foreløpig gjort oss uavhengig av Amazon. Vi er opptatt av kjøpsopplevelsen og våre verdier. Vi er nok også i en prisklasse som ikke er dominert av dem, sier han.

SpareBank 1 SR-BANK

Og så siden juni……:

Mener oppkjøps-fond øker faren for konkurs

På ett år er syv kjeder og hundrevis av butikker rammet av konkurs. XXL-gründer Øivind Tidemandsen mener kjeder eid av oppkjøpsfond er mest utsatt i konkursbølgen.

HANDEL

Lars Kristian Solem
Oslo

– Hvor skal jeg da handle til moren min hvis denne legges ned, sier kunde Trude Rikheim.

På vinduene i PM-butikken i Kongens gate, reklameres det med «midseason sale», men nå er det opp til bostyrer å avklare om det blir nye salg.

Mandag måtte nok en styreleder gå til tingretten og begjære konkurs i PM Retail med en omsetning på rundt 280 millioner kroner. 51 butikker og 270 ansatte er berørt i konkursen.

rer for FSN Capital Partners, opplyser at det var samtaler med flere aktuelle kjøpere som ville overta uten at det ble en løsning.

– PM var i en situasjon med omsetningsfall og negativ lønnsomhet der selskapets verdi var lavere enn gjelden. Dialogen foregikk derfor mellom potensielle kjøpere og banken, og dette førte dessverre ikke frem. Hvem interessentene var, er ikke riktig av meg å kommentere, sier Koffeld.

Han mener FSN ikke kunne strekke seg lenger.

– Siden vi kjøpte oss opp, har vi kommet med friske penger i fem omganger. Med bakgrunn i selskapets generelle utvikling, og det svært negative markedssentimentet, var det ikke mulig for FSN å gå inn med mer penger, sier Koffeld.

Aksjonærene i fondet FSN

XXL-gründer Øivind Tidemandsen mener kjeder eid av oppkjøpsfond er ekstra utsatt når det butter imot. Foto: Javad Parsa

Flere hundre butikker er berørt i et konkursras et. Felles for flere av kjedene er høy gjeld, stagnasjon i omsetning og butikker i veletablerte kjøpesentre.

I etterkant av konkursene er kjededriften videreført, men de mest ulønnsomme butikken avvikles i selve konkursbehandlingen.

liv som led tilsvarende konkursskjebne for vel en måned siden. Tidligere i år måtte DNB også gå inn på eiersiden i Nille der banken satt med et langt større engasjement.

DNB kommenterer PM-konkursen på følgende måte:

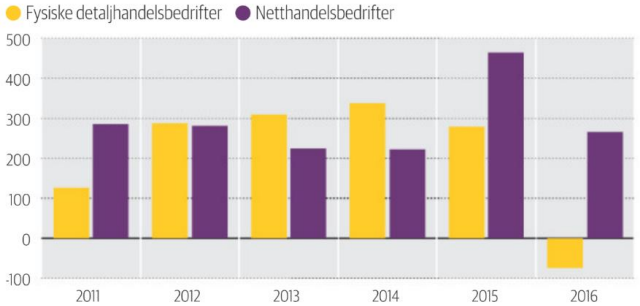
– Vi har strukket oss langt for å finne løsninger sammen med kunden, men selskapet har vært i en krevende økonomisk situasjon over flere år, og det var nå dessverre ikke mulig å unngå oppbud. Det er aldri noe ønskelig situasjon, hverken for de ansatte, leverandører, eiere eller banken. Vi har tilbudt bobestyrer å forskuttere penger fra lønnsgarantifondet, slik at de ansatte kan få utbetalt lønn, og så må bobestyrer svare på spørsmål om videre prosess, svarer informasjonsdirektør Even Westerveld.

Og så siden juni……:

Og for et par uker siden……:

Færre fysiske butikker

Netto nyetableringer av fysiske butikker og nettbutikker i årene etter finanskrisen.

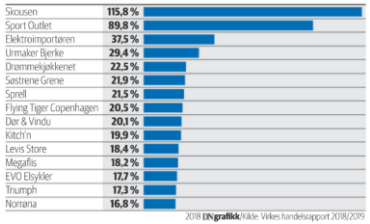


Netto nyetableringer er antall nye butikker fratrukket butikker som legges ned av andre grunner enn konkurs.

2018 DNgrafikk/Kilde: Virkes handelsrapport 2018/2019

Vekstvinnerne

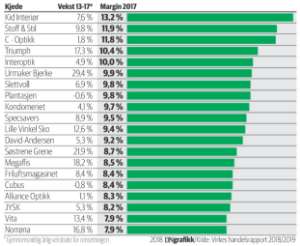
Kjedene med høyest gjennomsnittlig årlig vekst i omsetningen i perioden fra 2013 til 2017.



2018 DNgrafikk/Kilde: Virkes handelsrapport 2018/2019

De mest lønnsomme kjedene

Kjedene med høyest driftsmargin i 2017.



Kjede	Vekst 13-17*	Margin 2017
Kid Interiør	7,6 %	13,2 %
Stoff & Stil	9,8 %	11,9 %
C - Optikk	1,8 %	11,8 %
Triumph	17,3 %	10,4 %
Interoptik	4,9 %	10,0 %
Urmaker Bjerke	29,4 %	9,9 %
Slettvoll	6,9 %	9,8 %
Plantasjen	-0,6 %	9,8 %
Kondomeriet	4,1 %	9,7 %
Specsavers	8,9 %	9,5 %
Lille Vinkel Sko	12,6 %	9,4 %
David Andersen	5,3 %	9,2 %
Søstrene Grene	21,9 %	8,7 %
Megaflis	18,2 %	8,5 %
Friluftsmagasinet	8,4 %	8,4 %
Cubus	-0,8 %	8,4 %
Alliance Optikk	1,1 %	8,3 %
JYSK	5,3 %	8,2 %
Vita	13,4 %	7,9 %
Norrøna	16,8 %	7,9 %

*Gjennomsnittlig årlig vekst for omsetningen

2018 DNgrafikk/Kilde: Virkes handelsrapport 2018/2019

SpareBank 1 SR-BANK

Lokalt de siste dagene……: Haugesunds Avis

På kveldstid er dette stua, på dagtid en butikk

De bor i tredje etasje, han jobber i andre og hun jobber i første. Bli med inn til Rune Vika og Linda Holst.

STINE HELGESEN-EIDE

HAUGESUND: – Å stupe å sette seg i bilen om morgenen for å kjøre på jobb? Høres fantastisk! Rune Vika (33) står ut med ar-mene der han sitter på sofaen av langbordet, i just kjøpte hus og kona Linda Holst (40) huset der han har drevet Mermini-butikken de siste ti årene. Nå er huset i Haraldsgata hjemmet til familien på fire og fellesstue Eid-sward.

I tillegg er det arbeidsplassen til begge de voksne i familien. I dag flir nemlig Haugesund en ny butikkstil. Og det er ikke hvilken som helst butikkstil. Den skal nu få vite mye mer om.

– Hva folk sier? De synes jo vi er gale. Eller mer vligelige kan-skje, sier eksisjonen.

– Feier vi er på ferie

Samme måneden som de kjøp-te huset i sentrum solgte de utikkvirket på Hasseløy. Inden

– Om jeg har drømt om å bo sånn som dette? Om hadde vi tenkt at det skal gå, så hadde jeg aldri trodd det. Det er helt vilt.

Samtidig som et flyttet vokset frem på toppen av huset, hvor Runen drømte vokst frem i eta-sjen under. For det som nav-ment var et lager for Mermini-butikken har gått gjennom en totalforvandling i løpet av som-meren. I tillegg til en helt ny av-deling med leker, spill og puste-spill for barn, har det vokst frem det som har blitt Den lille bokbutikken.

Veggene er dekket med bok-hyller, hvor innholdet i hver og en får skinne under lampene på toppen. Bokke på ovikke, med innbundne boker. Rude, persia-ke vintage-teppet. Lysehvite skinnstoler.

Synet hadde overrasket deg mindre om du var i London eller i Haugesund. Det er noe sett i den tanken.

> *Det fine med boker er at de kan sitte i den samme stolen, samtidig som de forteller hver du vil i verden.*
> RUNE VIKA

NYTT HJEM: Rune Vika og Linda Holst og de to barna på tolv og fireten overtok Haraldsgata 153 i juli. Siden har de flyttet vinduer og pusset opp innvendig i andre og tredje etasje.

BOR OG JOBBER I SAMME HUS: Rune Vika og Linda Holst flyttet fra Hasseløy til Haraldsgata i juli. – Hvis jeg hadde visst at det gikk an å bo slik, så hadde jeg drømt om det, sier Vika.

FOTO: JAN-ÅKE NESS

KORTVARIG BUTIKK: Bjarn Sigve Larssen, John André Hetland og Ariel Fjeldheim åpnet butikken i Haraldsgata i desember i fjor.

ARKIVFOTO: ALFRED AASE

Er ferdige i Haugesund sentrum

Satser videre på nettbutikk

Oasens nybygg åpnet

Skrudde inn siste skrue

Klokka 10.15 skrur Vitas Serksnas inn den aller siste skruen på et kantbeslag rett utenfor Oasen Stor-senter. Det har gått femten minutter siden nybygget ble åpnet.

GRETHE NYGAARD

SKRUDDE FERDIG: Daniel Johan og Vitas Serksnas skrudde inn de siste skruene på nye Oasen storsenter torsdag morgen.

FOTO: GRETHE NYGAARD

KARMØY: Den nye storstua på Norheim har vært under byg-ging siden mars i fjor. Torsdag var det offisiell åpning.

– Jobbet dere i natt for å bli ferdige?

– Nei, vi jobber så effektivt at det trengte vi ikke, smiler Serksnas fra Litauen. Byggele-der Svein Aase Fra Kruse Smith skriver under på at prosjektet har vært i rute hele tiden.

– I ett og et halvt år har vi visst at vi skulle åpne i dag, og vi har hatt kontroll på framdrif-ten. Vi har ikke møtt noen store utfordringer underveis, men selvfølgelig har jeg vært spent. Det er jeg jo alle prosjekter, og det var godt å komme i mål. Det har vært en del arbeid nat-tetid de siste dagene. Siste ski-ferplate foran inngangspartiet ble lagt ned av Smistad mur og flis rundt midnatt. Jeg selv ga meg 00.45 natt til torsdag, sier Aase.

Serverte smaksprøver

Folk sto i lang kø foran svingdø-ra før åpningstid. På innsiden

Disse matgigantene har fått en opptur

Nisjebutikk i sentrum legger ned

Lav omsetning og sviktende interesse fører til at Delikatesser Haugesund i Haraldsgata må legge ned.

Flytter til Haugesund og starter butikk

ÅPNER EGEN BUTIKK: Kristian Ponthil (40) har nettopp flyttet til Haugesund. I oktober åpner han sin egen butikk i Haraldsgata.

Foto: Marie Sandvold Nygaard

50 % av annonseinntektene kommer fra varehandelen!

SpareBank 1 SR-BANK

Dagens tekst:

1. Litt nyere historie
2. Varehandelsrapporten
3. Konjunkturbarometeret

SpareBank 1 SR-BANK

Varehandelsrapporten 2018

Viktige drivere for handel og forbruk

SpareBank 1 SR-BANK

1. Økonomisk oppsving & befolkningen øker
3. Teknologi & Netthandel (og vi skifter ut bilparken)
Forbruk & varehandel
4 viktige drivkrefter
2. Tjenester er størst og øker mest
4. Handel hjemme vs utland & Sentrum vs kjøpesenter
SpareBank 1

Hovedpunkter i varehandels-rapporten

1 Økonomisk oppsving & befolkningen øker

Stemningen i næringslivet i oljefylkene Rogaland, Hordaland og Agder snudde i 2017, særlig våren 2017. Optimismen har vedvart siden og bedriftene venter vekst i aktivitet og sysselsatte kommende år. Antall jobber og befolkningsveksten tar seg opp i takt med bedringen. For Oslo og norsk økonomi generelt ble oljenedgangen nokså mild. Lav rente, oljepengebruk, svak krone, god vekst hos Norges handelspartnere og omstillingsdyktige bedrifter har dempet nedgangen

2 Tjenester er størst, netthandel øker og bilparken byttes

I takt med høyere inntekts- og velstandsnivå har andelen av forbruket som går til tjenester økt, og en mindre andel på varer. Servering øker også raskere enn varehandel og denne trenden er særlig tydelig i Oslo. Netthandel øker betydelig raskere enn handel for øvrig. Gunstige rammevilkår samt øvrige tiltak bidrar til bilparken byttes i høyt tempo. Nye el-biler økte med 35% i 2017, mens bensin/diesel falt med 23%. Mange har prioritert bilkjøp de siste årene. Dette påvirker varehandelen. Samtidig er kostnadene ved el-biler (bom og strøm mm) lavere, og dette vil kunne frigi mer til andre formål fremover. Bilsalget blir trolig noe lavere i 2018 enn 2017 (tar seg noe opp igjen i 2019 pga leveringstid).

3 Handel hjemme vs utland & sentrum vs kjøpesenter

Velstandsutviklingen gir flere muligheter. Nordmenn reiser stadig mer utenfor landets grenser og forbruket ute øker. Som andel av samlet forbruk har handel utenlands økt fra 5% til 8%, dvs en økning på 60%. Utlendingers forbruk i Norge har økt i takt med den generelle veksten i konsum i Norge – og har således (så langt) ikke gitt ekstra løft i forbruksveksten i Norge. Varehandelen i byene har vært i endring gjennom mange år. Før var det mye fysisk handel i byene, men særlig plasskrevende varehandel har flyttet ut. Kjøpesentre (utenfor byene) har vokst. Typisk er klær og sko (som har opplevd fall i priser i mange år) en større andel i byene og enn på kjøpesenter – og utvikling i varekonsum i by vs senter må også vurderes i lys av dette. Servering blir en stadig større del av omsetningen, særlig i byer, men også på kjøpesenter.

4 Varehandel sideveis i Rog., Hord. (litt) & Agder opp i 2017

I Norge økte omsetningen i varehandel med 1,7% i 2017 (3,0% inkl bil). Prisene økte med 1,1% og den reelle veksten ble dermed 0,6%. Dette er lavere enn i 2016, men høyere enn 2015. Den reelle veksten var høyest innen bil mm, samt klær og sko fordi prisene falt mer enn omsetningen. Sport var eneste varegruppe med reell nedgang - som følge av dårlig sesong (særlig vinter) og høy konkurranse. Regionen har hatt noe lavere vekst enn Norge siste par årene. Varehandelen i Rogaland var sideveis i 2017, men det var høy vekst i bilsalget (bomring mm) – og samlet var veksten på 2,5%, som er på linje med de siste årene. Hordaland hadde god vekst i 2015 og 16, men litt mer dempet i 2017 på 1,4%. Hus og hjem økte med 3%. Det var god vekst i bilsalget som bidro til samlet vekst på 2,6%. Agder hadde noe høyere vekst (og litt høyere enn Norge) på 2,4% med god vekst for hus og hjem, samt spesialbutikker. Bil økte og samlet var veksten 3,2%.

5 Varehandelsbedriftene venter vekst det neste året

SR-Banks konjunkturbarometer var blant de første som ga signaler om positivt stemningsskifte i 2017. Dette har vedvart og våren 2018 er nivået det høyeste på 5 år. Det lover godt for det kommende året med flere jobber og økt kjøpekraft (og bil ta en mindre del av forbruksveksten enn de siste årene). Blant bransjene på Sør- og Vestlandet er det bra jevnt over. Varehandel er høyest med en indeks på 65%, dvs betydelig overvekt av bedriftene venter vekst. Varehandelen i alle fylker er godt i pluss (og høyest i Rogaland på siste måling)

Hva bruker vi pengene på?

2017	2000
1400 mrd kroner	614 mrd kroner
264,000 kr per innbygger	136,000 kr per innbygger

SpareBank 1 SR-BANK

Norge – husholdningene konsumerte for 1392 mrd kr i 2017

Dette bruker nordmenn penger på

PUBLISERT:
17. oktober 2018

SSBs nyeste tall viser at norske husholdninger konsumerte for 1391,6 milliarder kroner i 2017. Det er omtrent 230 ganger så mye som det koster å bygge det nye nasjonalmuseet – og mer enn statens samlede utgifter i årets statsbudsjett.

FORFATTER: KRISTINE ERSTAD VEGARD

- **Overordnet**: 22% til bolig, lys og brensel, 11% på mat- og drikkevarer, 15% gikk til bilkjøp, drivstoff og ulike transporttjenester.

- **Stadig økende forbruksutgifter**
- Husholdningenes konsumutgifter i 2017, 1391,6 milliarder kroner, tilsvarer 585 000 kroner per husholdning og 265 000 kroner per person. Justert for prisstigning var de samlede utgiftene 176 prosent høyere enn i 1980 og 64 prosent høyere enn i 2000.

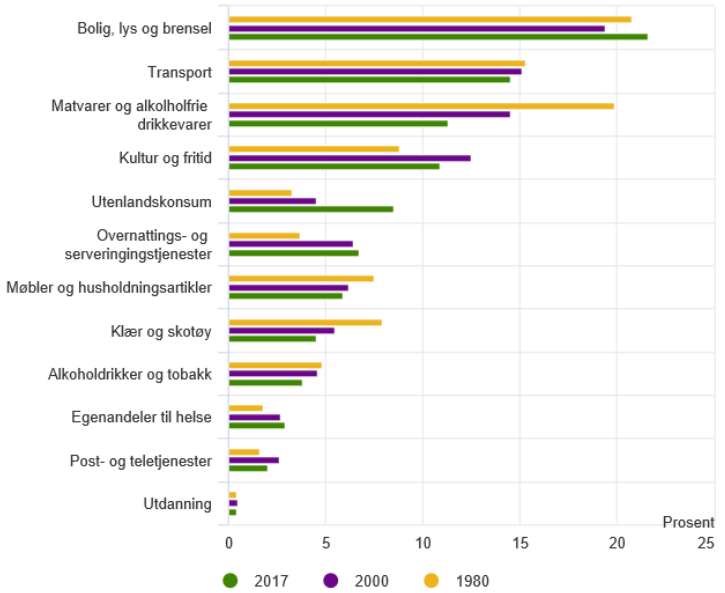
- I snitt har den årlige volumveksten vært 2,8 prosent fra 1980 til 2017. Den årlige befolkningsveksten har vært 0,7 prosent den samme perioden. Dermed har den årlige veksten i konsumutgifter per person vært på 2,1 prosent.

  Konsumutgiftene har vokst i takt med økende kjøpekraft. Lønnsinntekter, vår viktigste inntektskilde, har i mange år vært den største bidragsyteren til veksten i disponibel realinntekt. Tall fra nasjonalregnskapet viser at husholdningenes disponible realinntekt økte litt mer enn konsumet, i gjennomsnitt 2,9 prosent per år, fra 1980 til 2017. Den årlige realinntektsveksten per person har til sammenligning vært på 2,2 prosent.

- Kilde: SSB

Norge – mer til fornøyelser, mindre til mat og klær

Figur 1. Forbrukets sammensetning. Utgiftsandeler i 1980, 2000 og 2017



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

[1] Transport inkluderer bilkjøp, drivstoff og transporttjenester

- **Mindre andel til mat og klær**
- Fra 20 prosent i 1980 til 11 prosent i 2017. Høyere kjøpekraft gir mindre andel av budsjettet til nødvendighetsvarer. Til tross for at utgiftsandelen er redusert, kjøper vi allikevel mer mat nå enn tidligere, målt i volum. I 2017 brukte vi totalt 157 milliarder kroner, eller 29 800 kroner per person. Utgifter til restaurantbesøk kommer i tillegg.

- **Store og stabile andeler til bolig og transport**
- Bolig, lys og brensel er størst - rundt 20 prosent siden 1980, men har økt noe de siste årene.
- Transport er nest størst – ca 15 prosent siden 1980.

- Til tross for stabile forbruksandeler på bolig, lys og brensel, har andelen til møbler gått ned fra 8 prosent i 1980 til 6 prosent i 2017.

- **Relativt sett mer til fornøyelser**
- Stadig større andel på varer og tjenester knyttet til reising, kultur og fritid. Spesielt andelen som går til reiser og utenlandskonsum har vokst mye: fra 3 prosent i 1980, 5 prosent i 2000 til 9 prosent i 2017. Andelen som går til kultur og fritid har økt fra 9 til 11 prosent den samme perioden.

Norge – en del ting blir billigere og målt i volum har klær og sko økt mest

- **Vi forbruker mer av det meste…**
- Klær og skotøy størst vekst mellom 2000 og 2017 (160% per pers) klær stadig billigere, pga økt import fra lavkostnadsland.
- I 2017 var kleskonsumet på totalt 53 milliarder, eller 11 815 kroner per person.
- Utenlandskonsum nest størst vekst (144%). Vi reiser mer til utlandet på ferie - og at vi bruker mer per reise. I tillegg har vi hatt en økning i grensehandelen. Totalt brukte vi 118 milliarder, 22 535 kroner per person i utlandet i 2017.
- Post- og teletjenester, 5 323 kroner per person, er nær fordoblet siden 2000 pga internett og mobiltelefon. Utgjør kun 2% prosent pga prisene på teletjenester har falt betydelig de siste 17 årene.
- Møbler og husholdningsartikler 83 mrd kr, 15 700 per person, opp 55%. Overnattings- og serveringstjenester Vi brukte totalt 93 mrd kr, 17 600 kroner per person. Kultur og fritid 151 mrd kr, 29 000kr per person, dvs opp 40%. Spesielt kulturelle tjenester og kringkastingstjenester har trukket opp veksten. Kjøp av IT- og sportsutstyr har også bidratt.
-
- **… bortsett fra i nedgangstider**
- Både på slutten av 1980-tallet, da norsk økonomi var inne i en kraftig nedgangskonjunktur, og etter finanskrisen i 2008-2009 reduserte norske husholdninger forbruket. Dette gjaldt særlig reising og utenlandskonsum samt utgifter til transport, hovedsakelig knyttet til færre bilkjøp. Heller ikke utgiftene til kultur og fritid eller overnatting- og serveringstjenester vokste i disse periodene.

Norge – økt netthandel fra utlandet

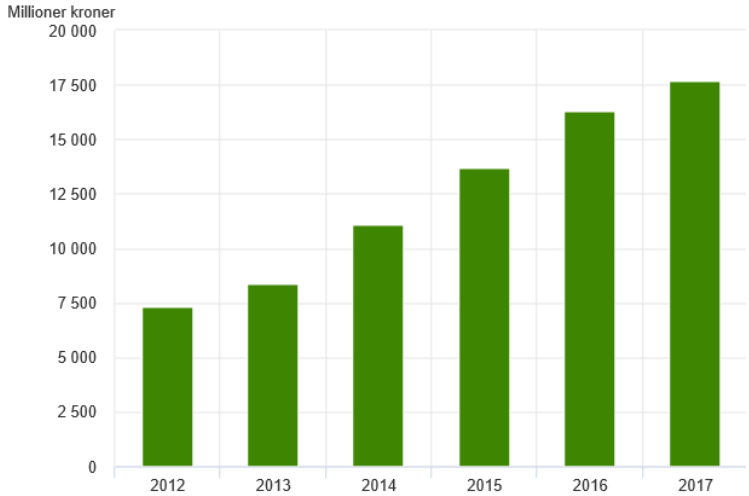
Økt netthandel med utlandet

PUBLISERT:
11. oktober 2018

Foreløpige beregninger viser at norske husholdninger kjøpte varer og tjenester på internett fra utlandet for 40 milliarder kroner i 2017. Det er over en dobling på fem år.

FORFATTER: KRISTIN FREDRIKSEN

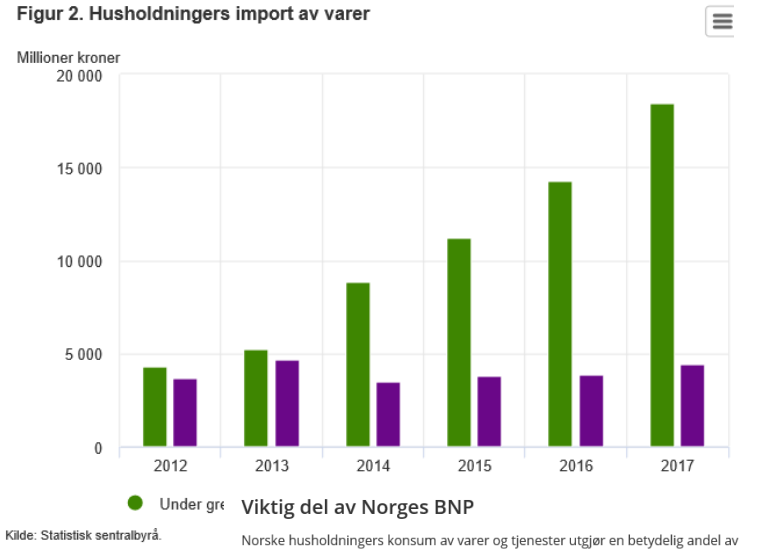
Figur 1. Husholdningers import av tjenester levert over internett



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Presentasjon text

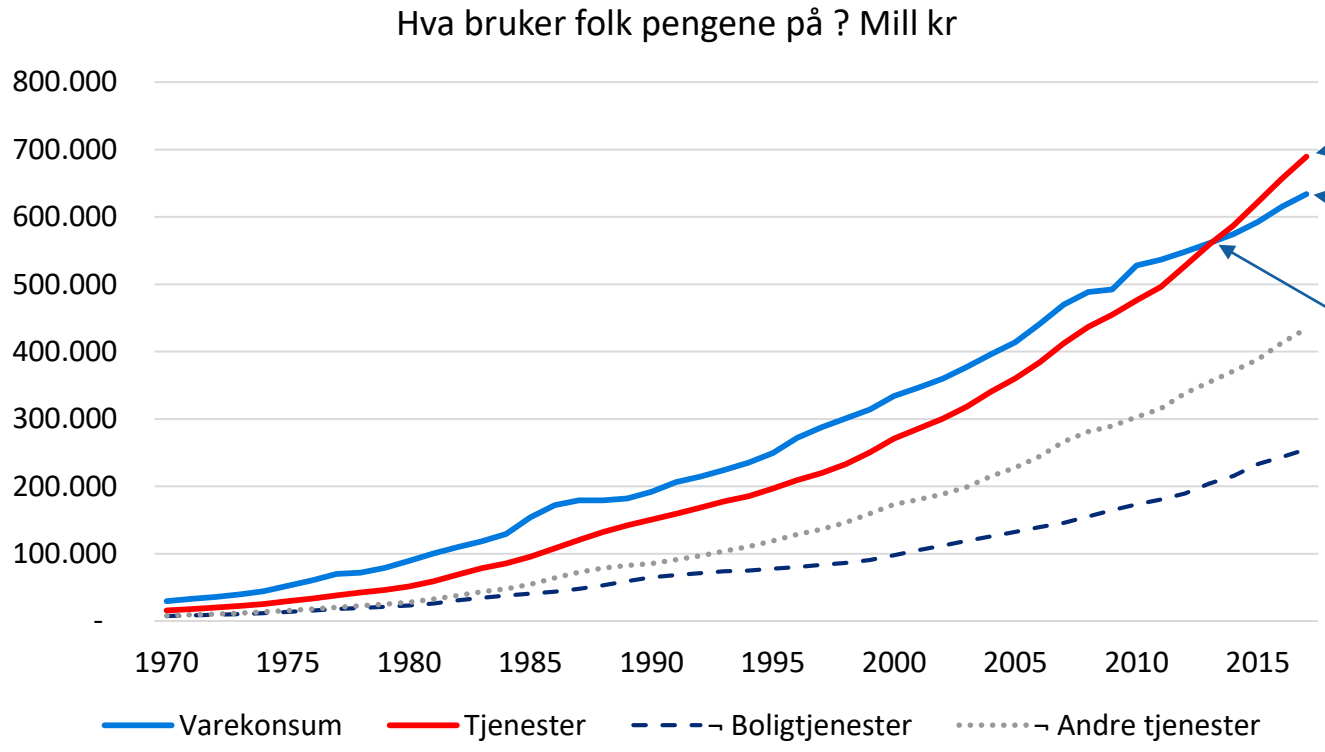
Norge – økt netthandel fra utlandet og mye under tollgrensen på 350 kr



- **Bruker milliarder på nettspill og strømming**
- I beregningene er det skilt mellom kjøp av varer og kjøp av tjenester, og de viser blant annet at kjøp av nettjenester fra utlandet ligger på nærmere 18 milliarder kroner i 2017.
- Det er nesten ti milliarder kroner mer enn i 2012. Da brukte nordmenn i underkant av 8 milliarder på tjenester via nett fra utlandet, som for eksempel strømming og nettspill.

- **Økning i netthandel etter ny regel**
- For å kunne si noe om husholdningenes direkte import av varer fra utlandet, gjøres det beregninger med utgangspunkt i kortdata og tolldeklarasjoner.
- Basert på informasjon fra disse kildene, samt de antagelsene som er angitt i dokumentasjonsnotatet, er husholdningenes direkte import av varer totalt anslått til drøyt 22 milliarder kroner i 2017.
- **Herav er verdien av varer til en verdi av 350 kroner eller lavere beregnet til 18 og 19 milliarder kroner, mens varer over 350 kroners grensen var på litt over 4 milliarder.**
- Til sammenligning var den samlede netthandelen med varer anslått til 8 milliarder i 2012.

Tjenester er større enn varer og øker mest - forbruksmønster endres i takt med høyere inntekt



Økning i tjenester siden 2000

+116%

Økning i varer siden 2000

+61%

2014

tjenester > varer

I 2000 var varer 23% høyere & i 1970 var det 86% høyere

Kilde: SSB

SpareBank 1 SR-BANK

Handel i kraftig endring – netthandel og el-bil tar av (2017 høyeste siden 1986, men ned i 2018)

BIL 2017	2017	Opp fra 2016
Nye	158 650	+ 2,6 %
Bruktimporterte	20 944	+ 28,3 %
Eierskifter (bruktbilsalg)	468 611	+ 1,5 %

BIL hittil i 2018	Endring fra 2017
Norge	-4,2%
Rogaland	+1,6%
Hordaland	-3,1%
Oslo	-2,4%
Vest-Agder	-7,9%

SpareBank 1 SR-BANK

Amazon is coming (or already there) to a place near you!

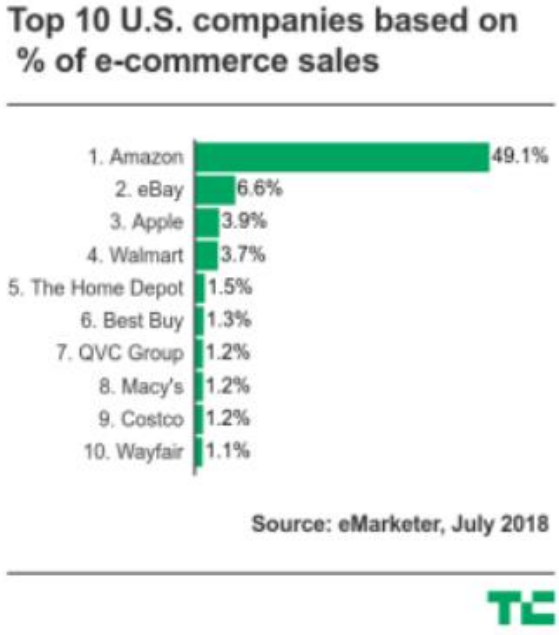
NYHETER Mandag 04. juni 2018

Hva skjer når Amazon kommer?

Norske aktører vil gå fra å konkurrere i NM til VM over natten, og konkurrentene har allerede et forsprang.

Av Silje Rønne E-post: silje@estatemedia.no

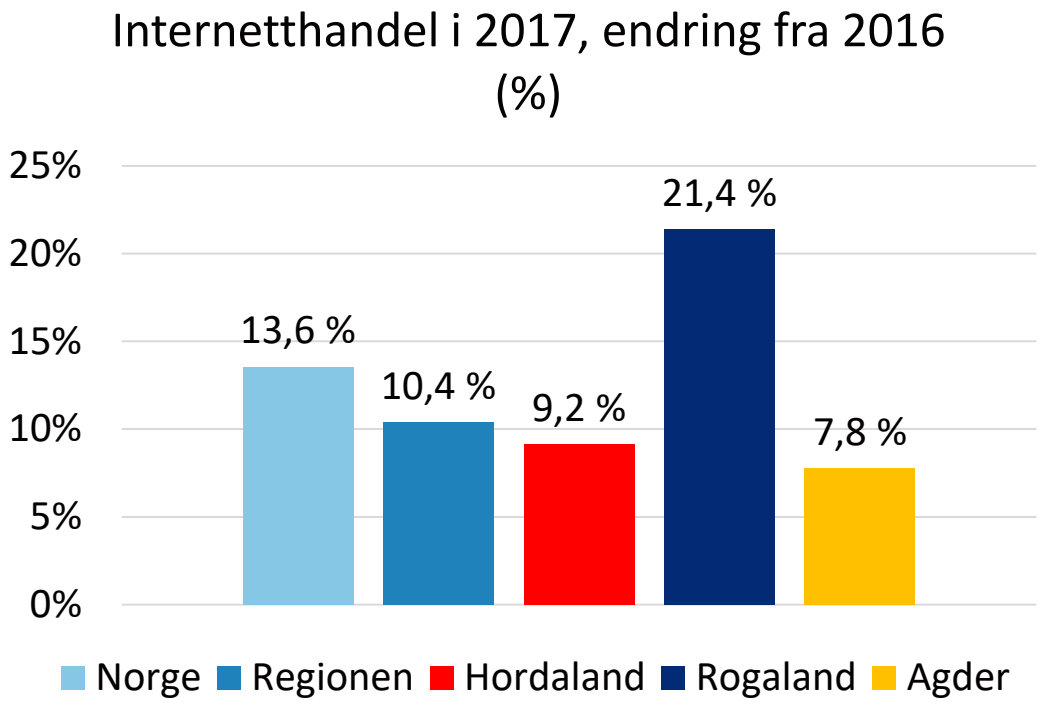
– Under NXT konferansen fikk vi høre at Amazon er på plass i Sverige innen Black Friday, det vil si 23. november. Det betyr at de snart er på vei inn i Norge. Amazon er et stort selskap som ønsker å ta over verden. Jeff Bezos, CEO i Amazon sier: «Din fortjeneste, min mulighet». De har en veldig aggressiv taktikk, de starter i et marked, tar over de bransjene de vurderer som lønnsomme og fortsetter til neste marked, forklarer Steffen Larvoll, markedssjef i Lager & Industrisystemer AS.



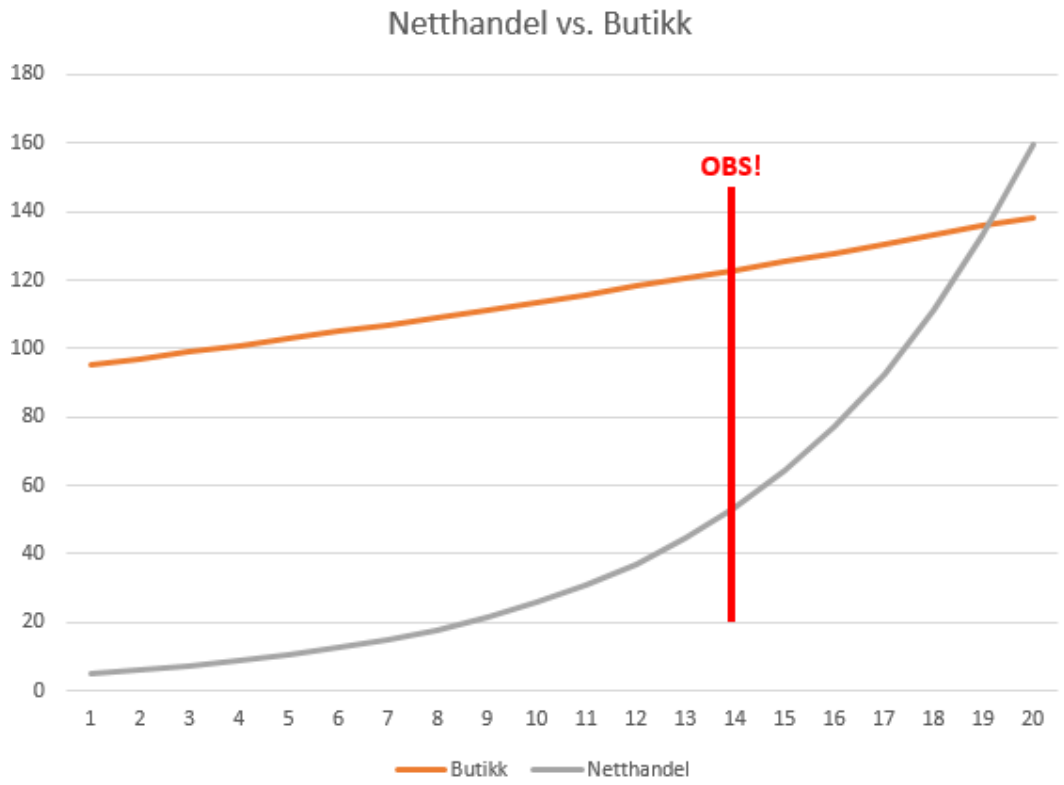
«Din fortjeneste, min mulighet»

SpareBank 1 SR-BANK

Internetthandel - høy vekst, men fra lave nivåer

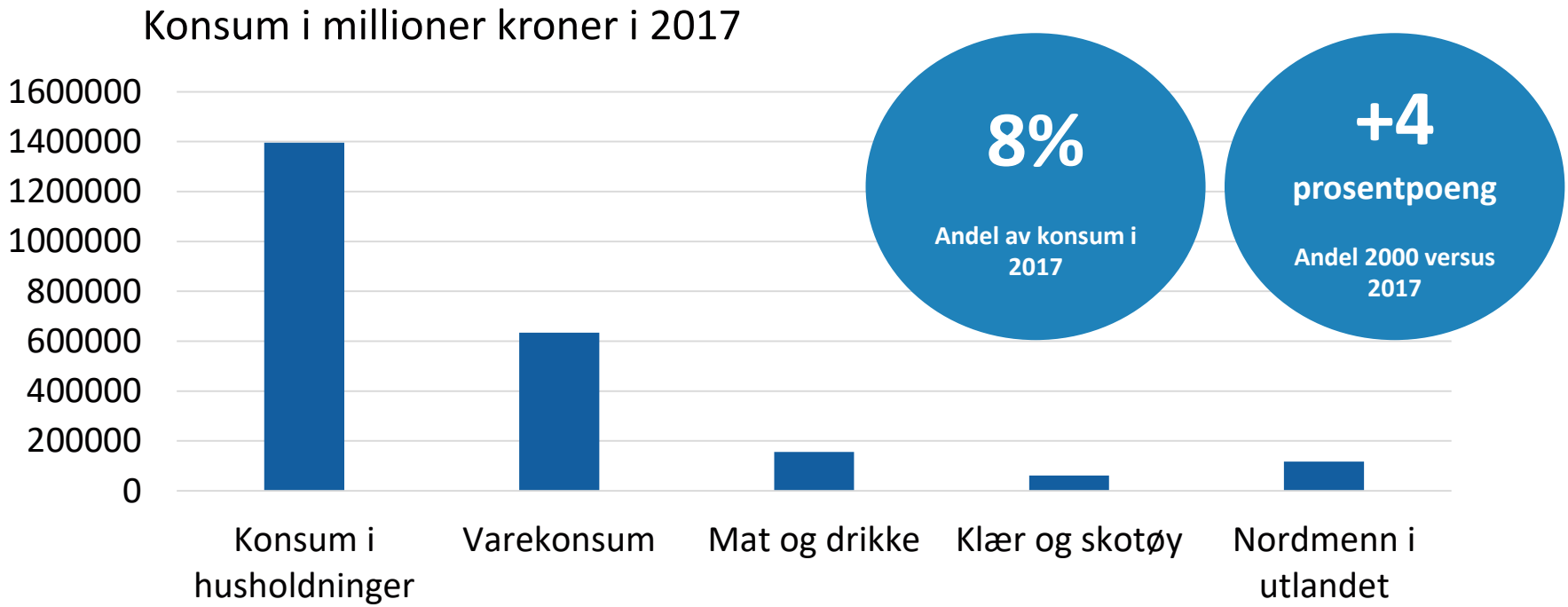


Rentes-rente-effekten



SpareBank 1 SR-BANK

Og vi har kunnet bruke mer på andre ting - konsum i utlandet +260% siden 2000

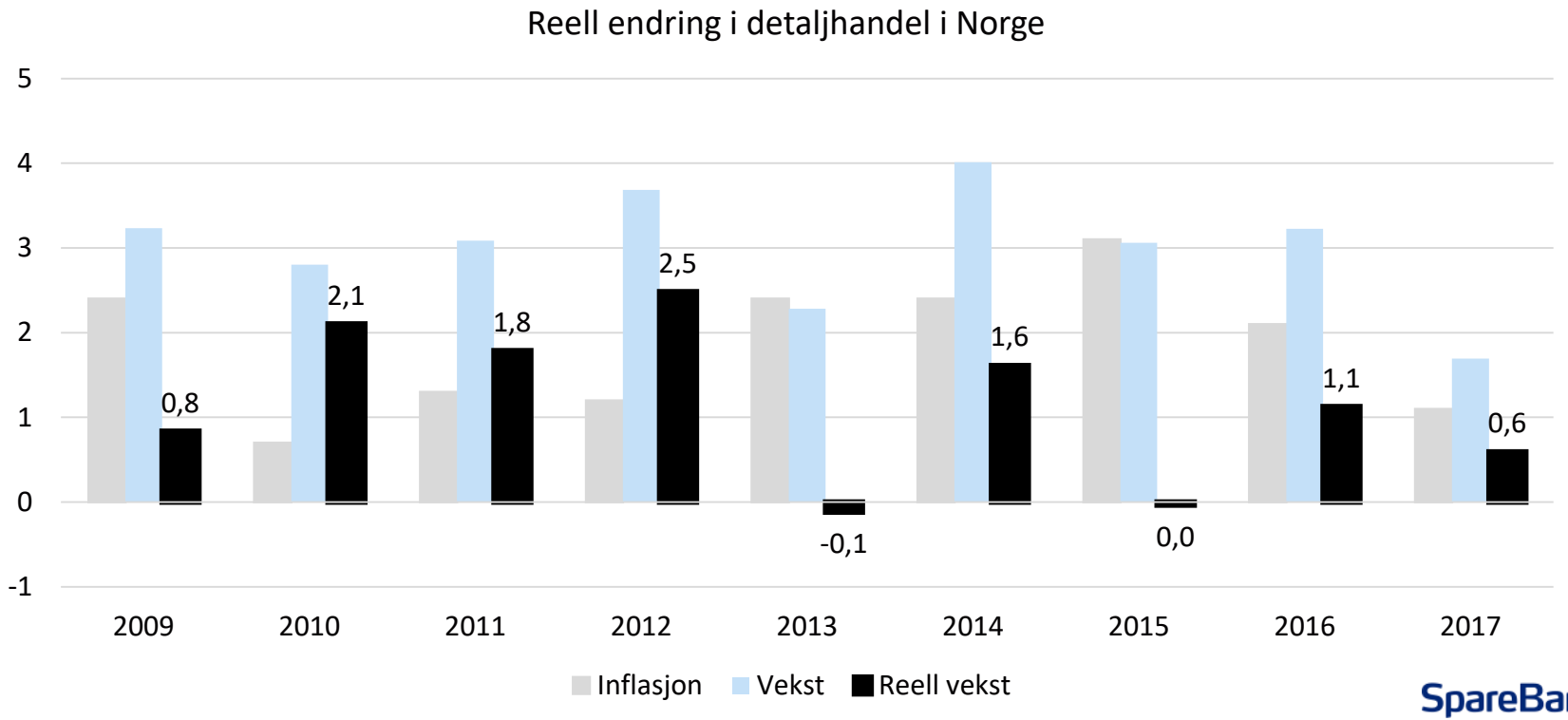


Varehandelsrapporten 2018

Året som gikk – vinnere (og tapere)

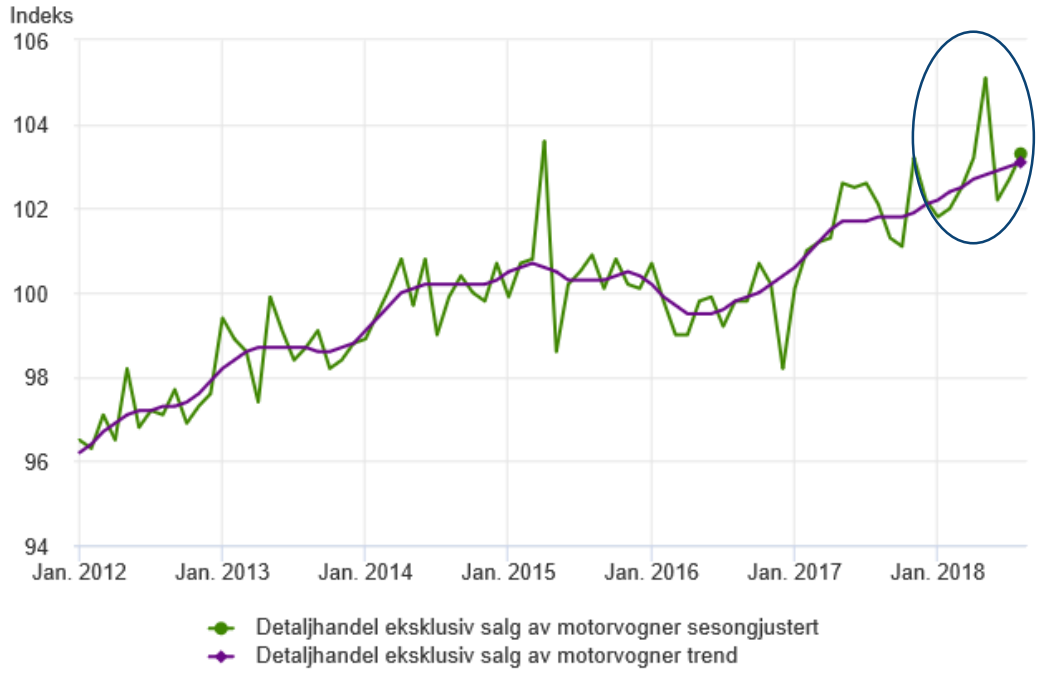
SpareBank 1 SR-BANK

Norge – reell vekst i varehandelen på 0,6% i 2017



Norge – detaljhandel i volum har økt med ca 1% hittil i 2018 (august)

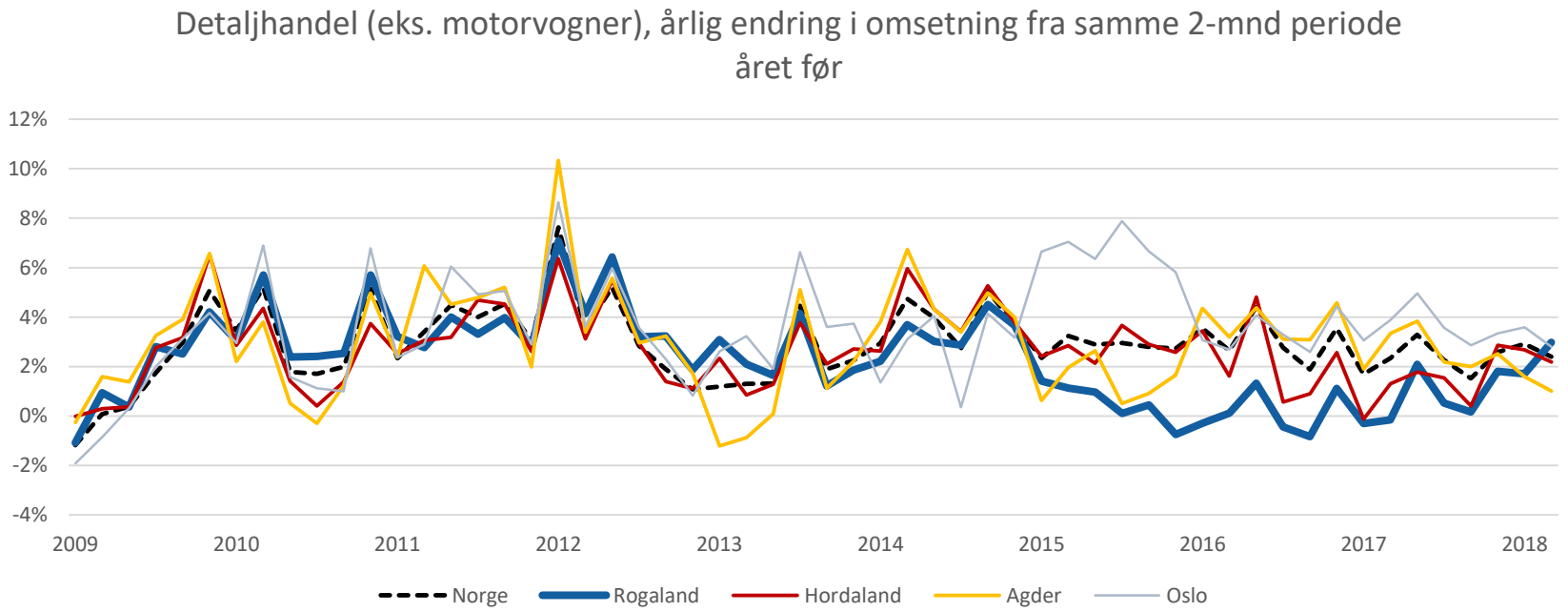
Figur 1. Detaljomsetningen i volum, sesongjustert og trend. 2015=100



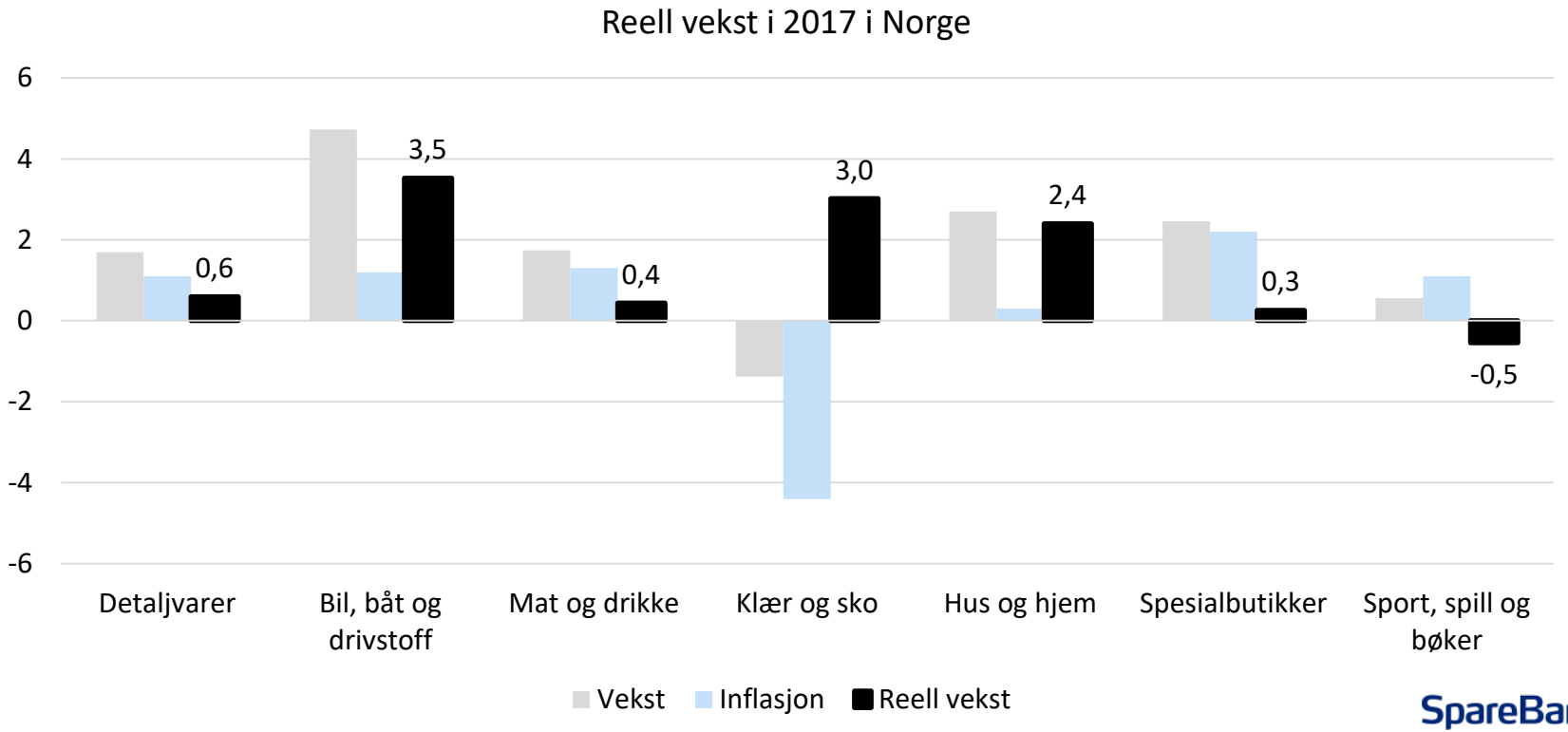
Kilde: Detaljomsetningsindeksen, Statistisk sentralbyrå.

SpareBank 1 SR-BANK

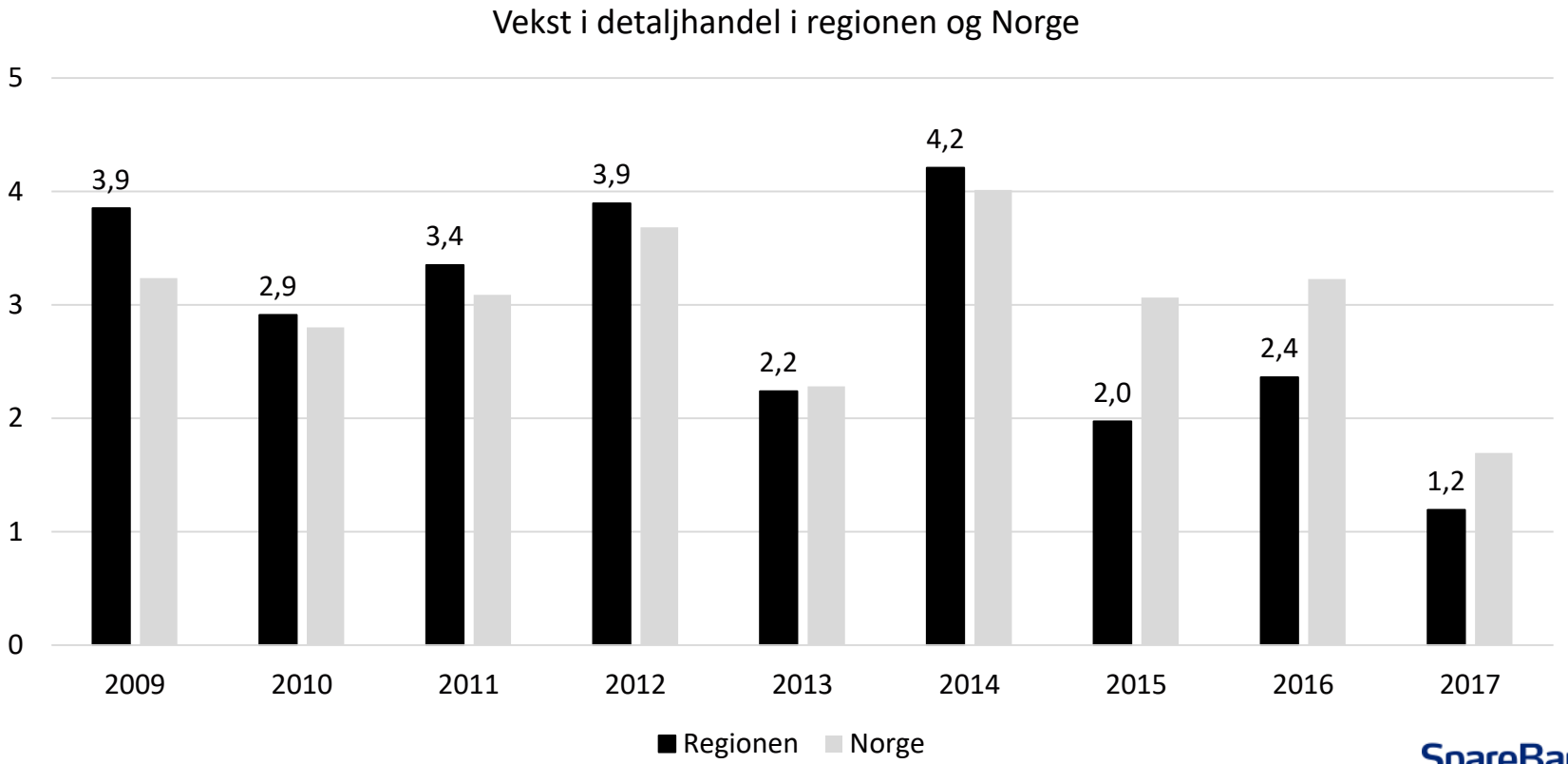
Norge – varehandel i nominelle kroner har økt med ca 2,5% hittil i 2018 (april) og Rogaland på vei opp



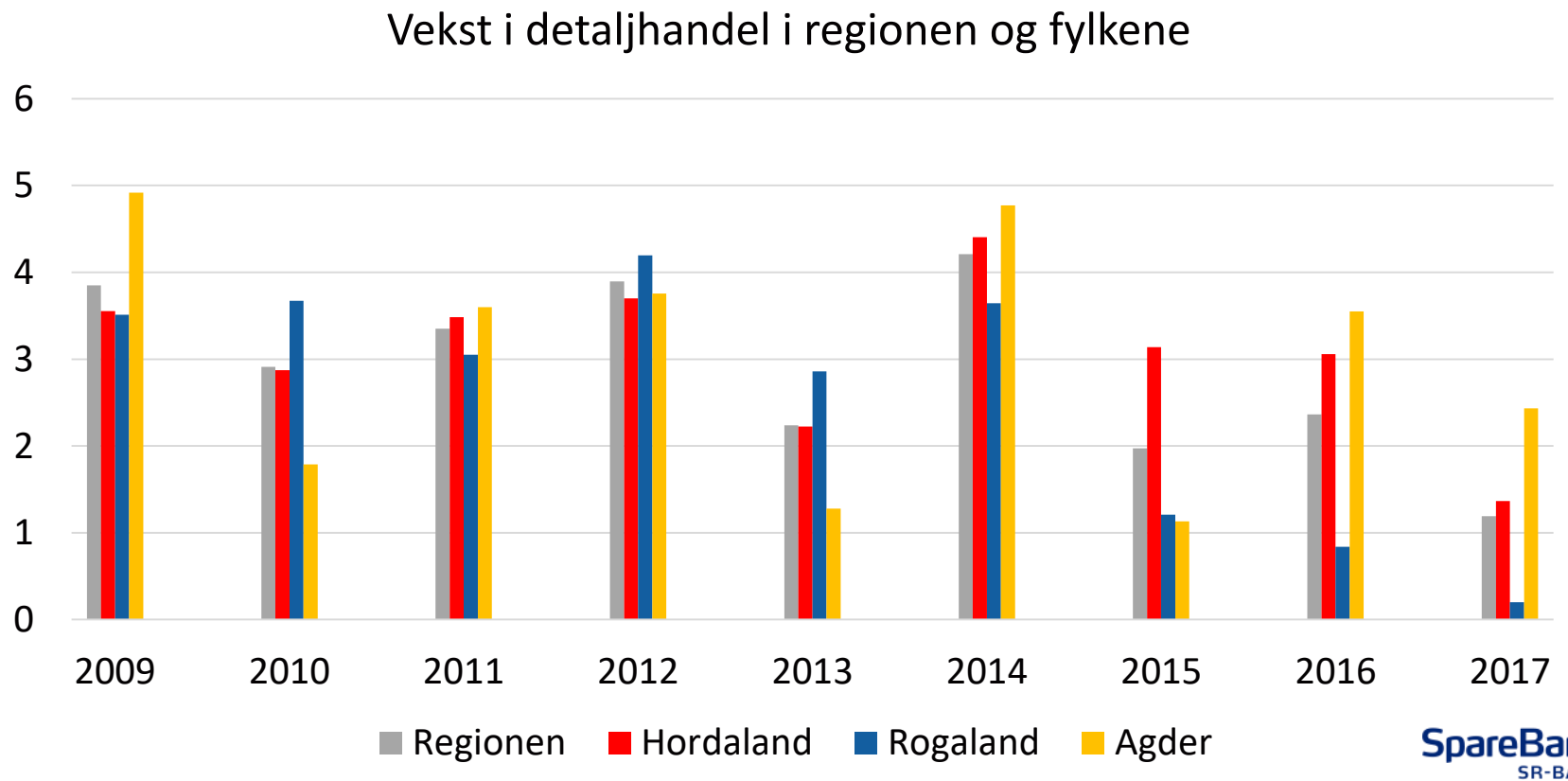
Norge – reell vekst i 2017 for alle varegrupper eks. sport (dårlig vinter og høy konkurranse)



Regionen – høyere vekst vs Norge i mange år, men noe mer dempet siste tre år



Regionen – betydelige forskjeller med tidvis god vekst i Hordaland og Agder, og dempet vekst i Rogaland siste 3 år



Kommer nok til å gå greit fremover også……

SpareBank 1 SR-BANK

Statbudsjettet for 2019

- *«Et budsjett for flere i jobb, et bærekraftig velferdssamfunn og et tryggere Norge*

- *– Det går godt i norsk økonomi. Bedriftene investerer mer og stadig flere kommer i jobb, over hele landet. Vi bruker de gode tidene til å sikre et bærekraftig velferdssamfunn og et tryggere Norge, sier finansminister Siv Jensen (Frp).»*

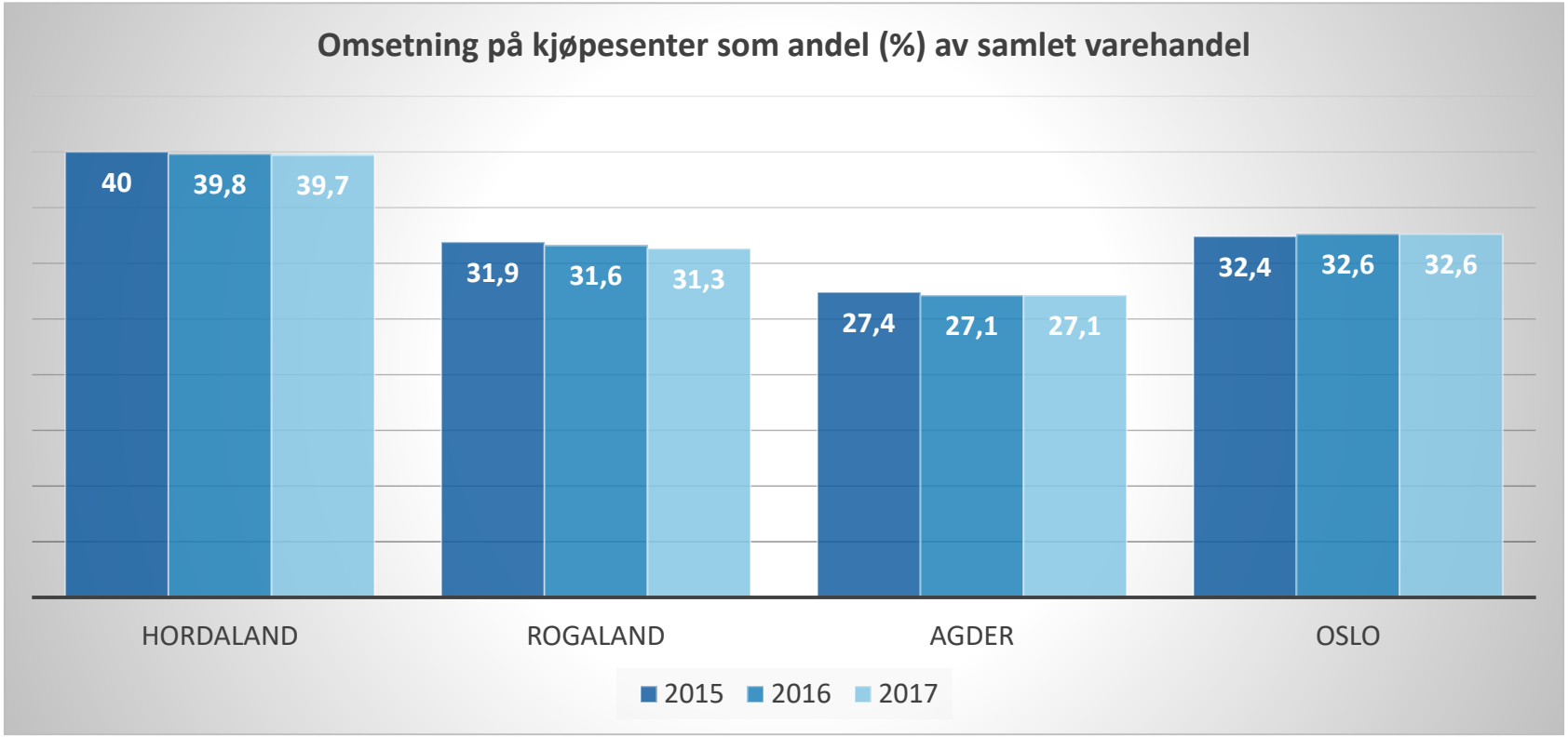
Regjeringens satsinger

Finansdepartementets pressemeldinger

- Et budsjett for flere i jobb, et bærekraftig velferdssamfunn og et tryggere Norge
- Nøkkeltall i Nasjonalbudsjettet 2019
- Reversering av avgiftsøkningen på sjokolade- og sukkervarer
- Lavere eiendomsskatt på bolig- og fritidseiendom
- Endrede skatteregler for tips
- Satsen på selskaps- og personskatt reduseres til 22%
- Tiltak mot overskuddsflytting og skattetilpasning

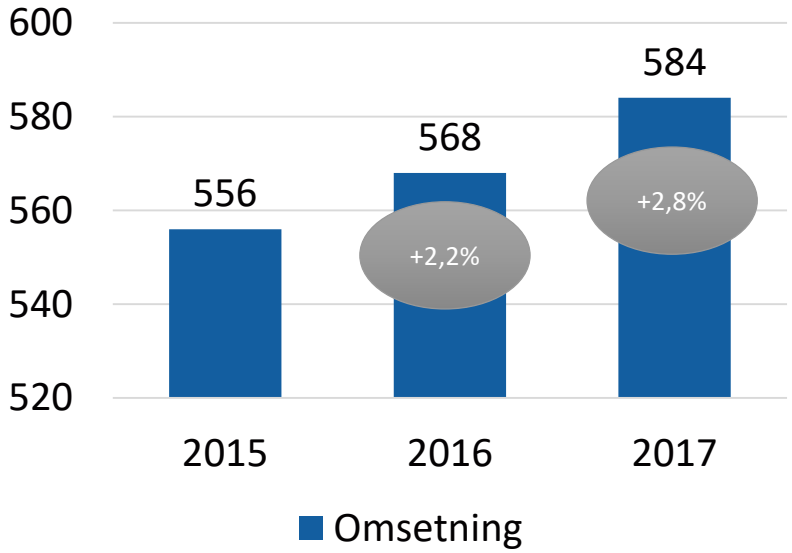
SpareBank 1 SR-BANK

Kjøpesenterandel nokså stabil – og høyest andel i Hordaland

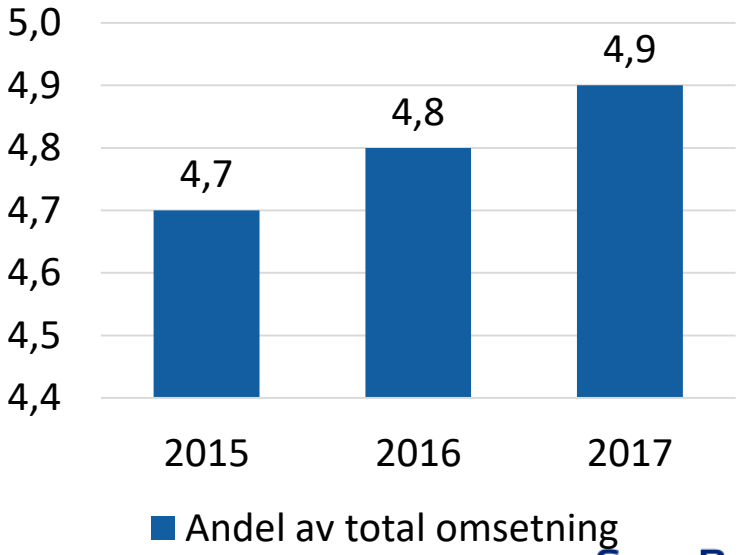


Rogaland

Rogaland. Serveringssteders **omsetning** i millioner kroner på kjøpesentre

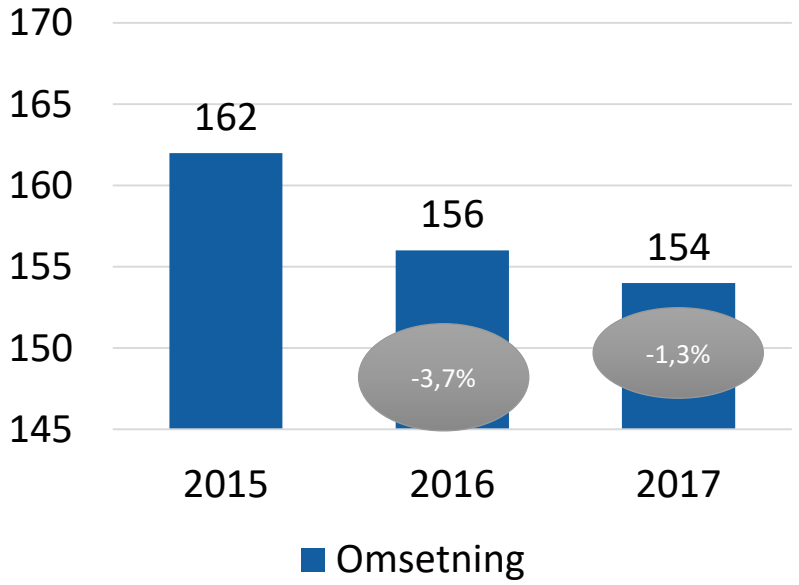


Rogaland. Serveringssteders **andel** av omsetning i kjøpesentre

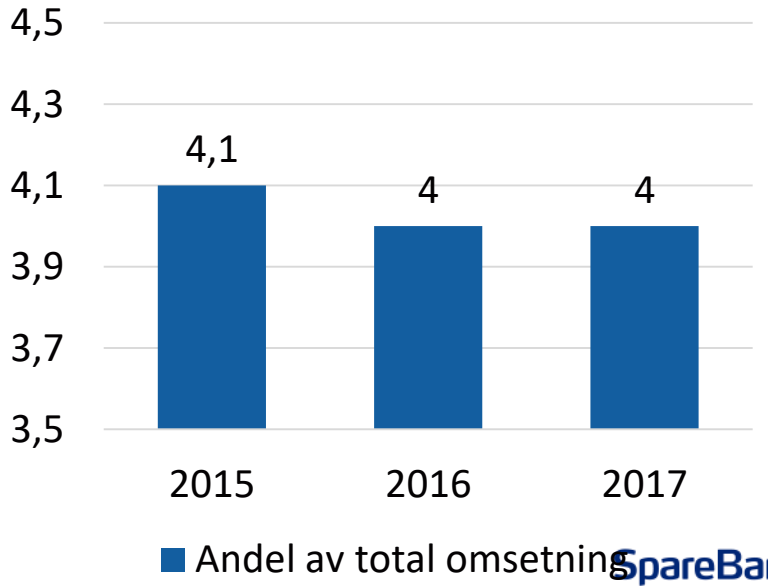


Stavanger

Stavanger. Serveringssteders **omsetning** i millioner kroner på kjøpesentre

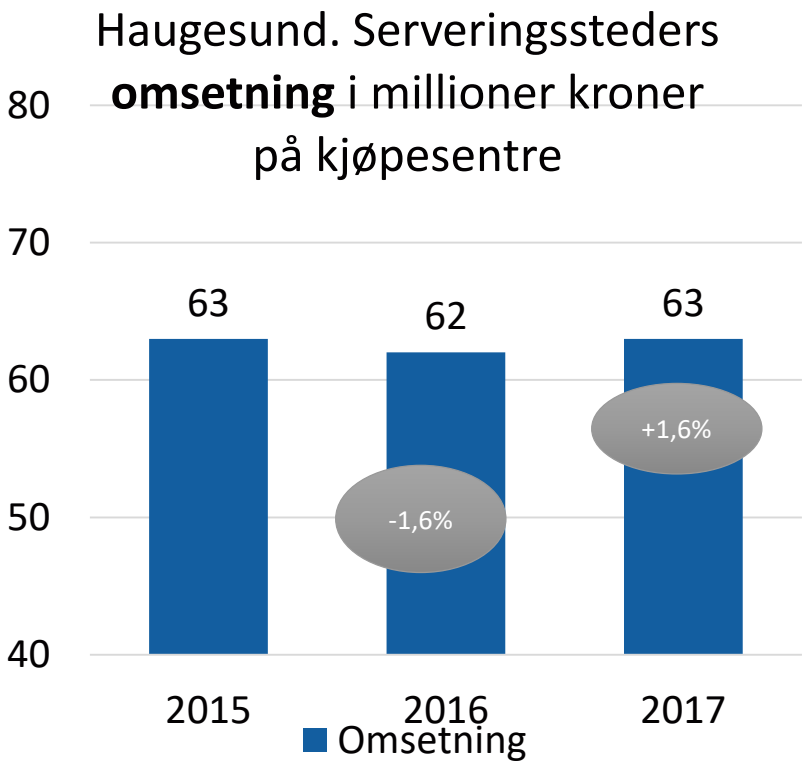


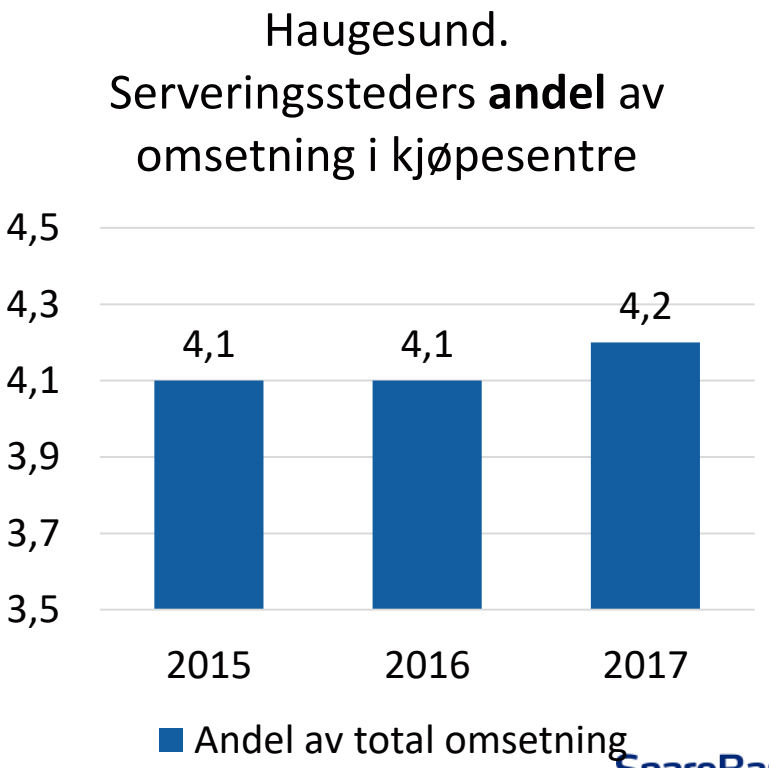
Stavanger. Serveringssteders **andel** av omsetning i kjøpesentre



SpareBank 1 SR-BANK

Haugesund

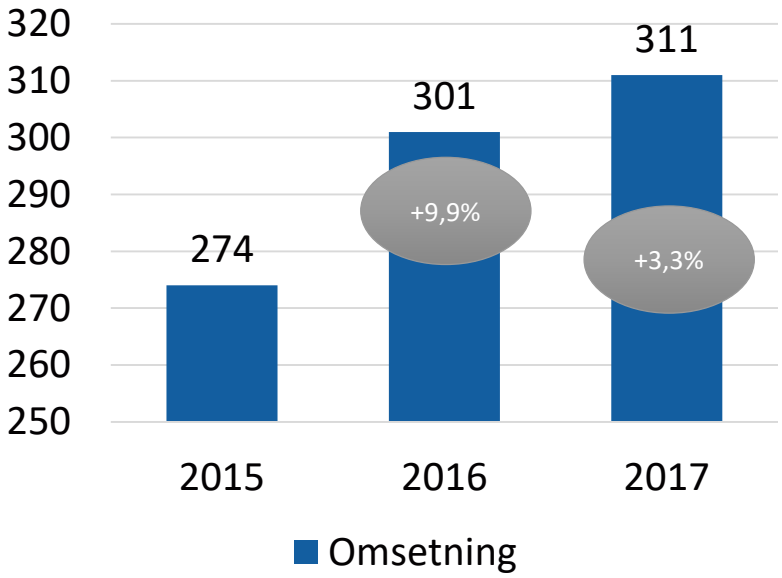




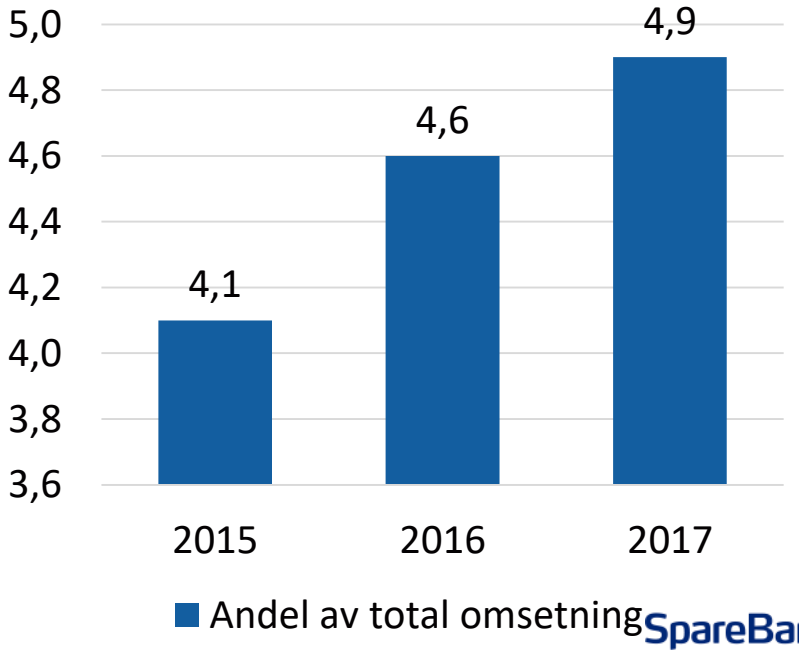
SpareBank 1 SR-BANK

Agder

Agder. Serveringssteders **omsetning** i millioner kroner på kjøpesentre

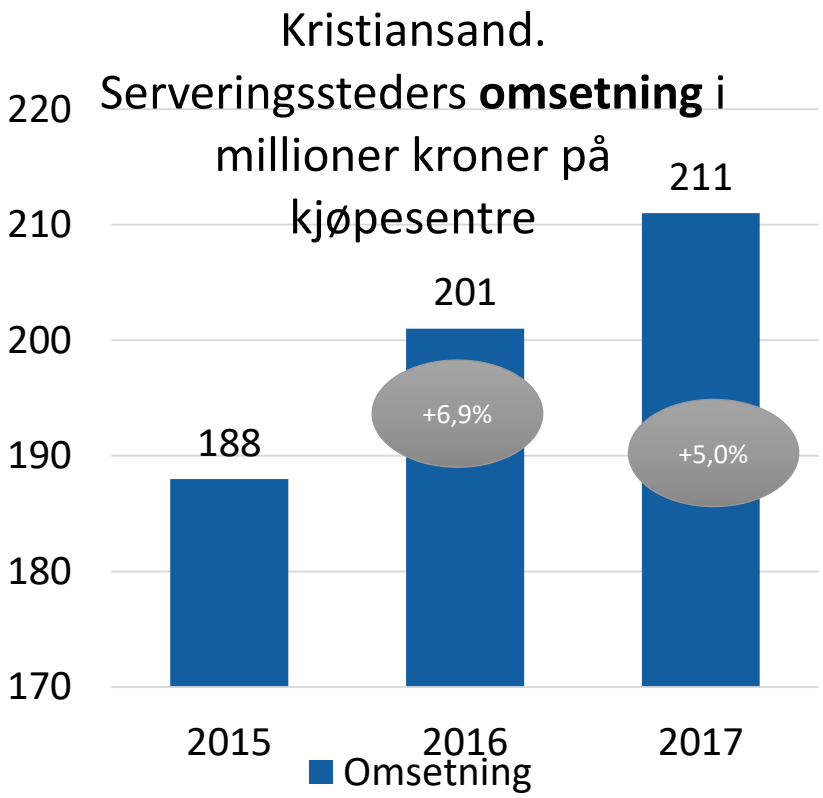


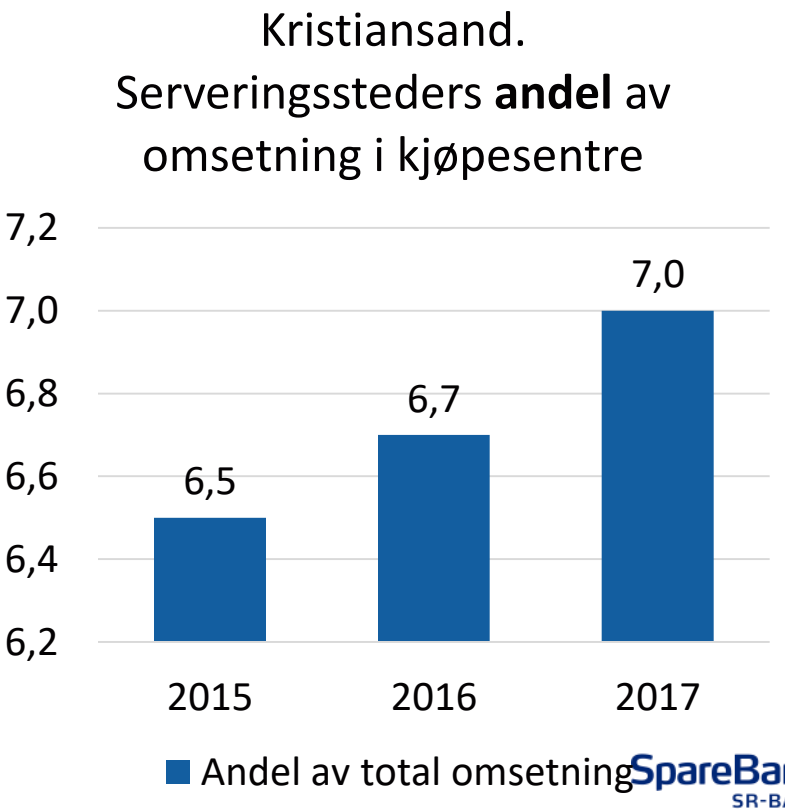
Agder. Serveringssteders **andel** av omsetning i kjøpesentre



SpareBank 1 SR-BANK

Kristiansand





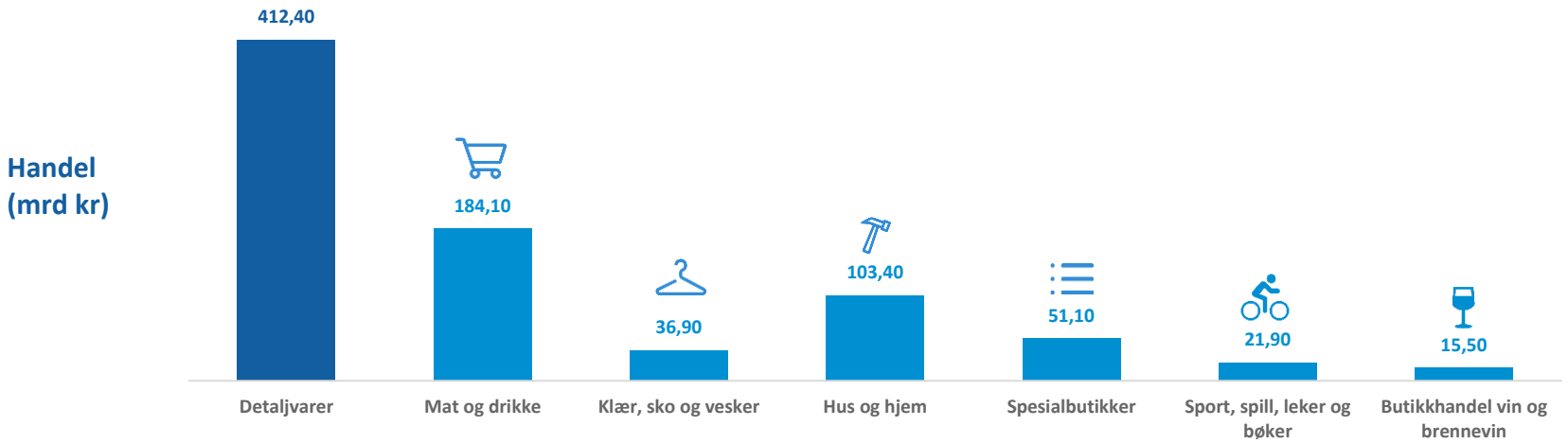
SpareBank 1 SR-BANK

Varehandelsrapporten 2018

Haugalandet

SpareBank 1 SR-BANK

Norge – dempet vekst i varehandelen i 2017

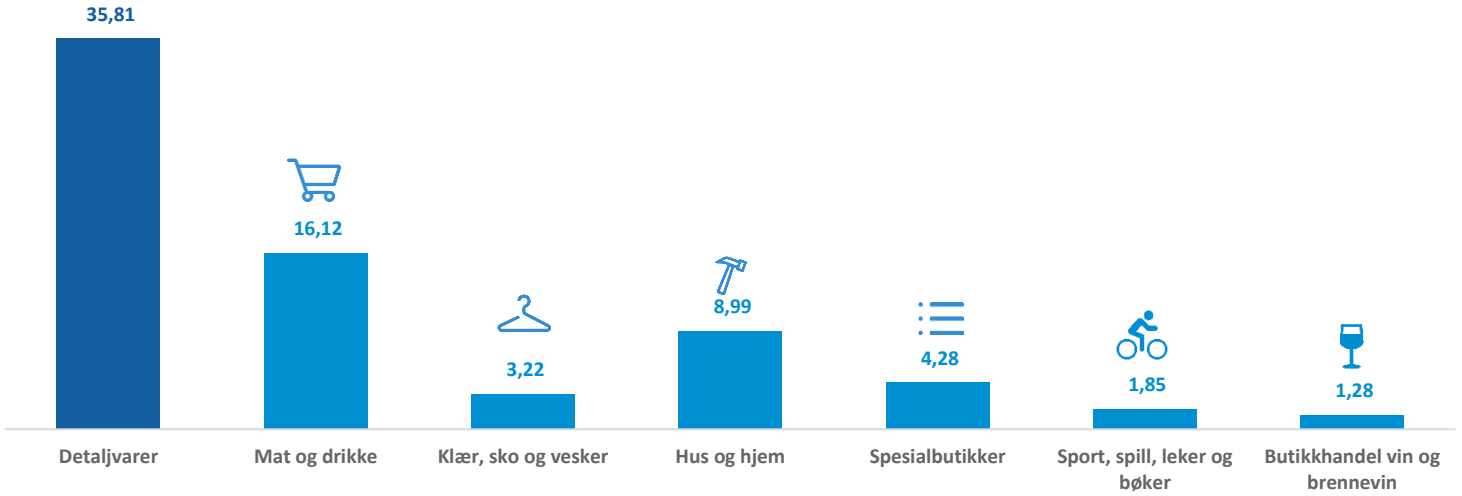


Vekst 2017	**1,7 %**	1,7 %	-1,4 %	2,7 %	2,5 %	0,6 %	1,3 %
Vekst 2016	**3,2 %**	3,7 %	1,1 %	3,0 %	3,5 %	1,5 %	3,1 %
Vekst 2015	**3,1 %**	3,1 %	1,4 %	2,9 %	4,7 %	5,2 %	1,4 %

SpareBank 1 SR-BANK

Rogaland – nær uendret i 2017

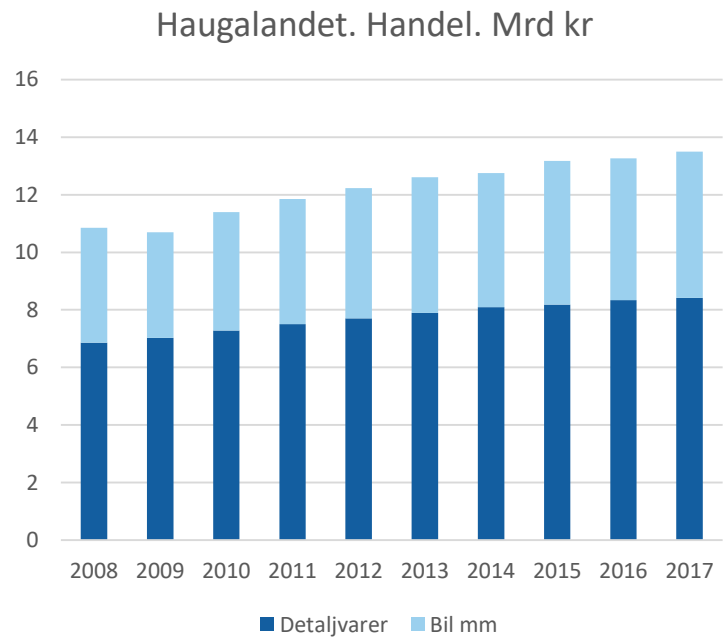
Handel (mrd kr)

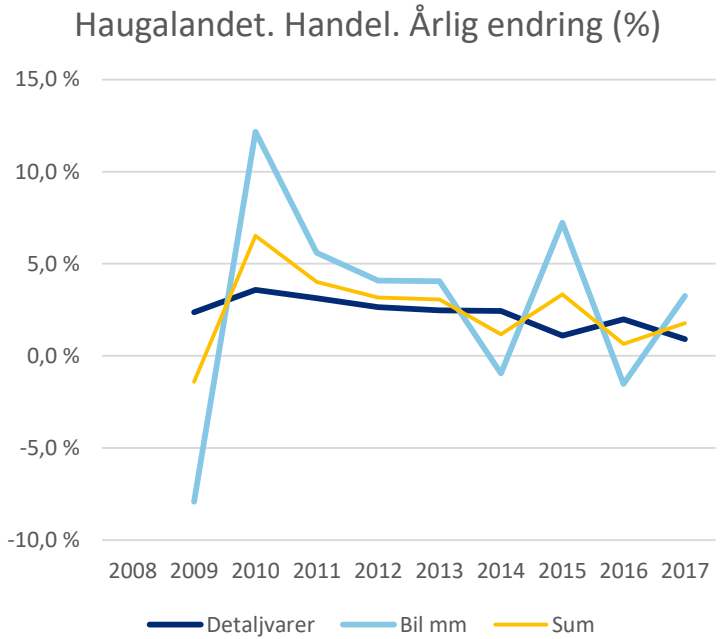


Vekst 2017	**0,2 %**	0,8 %	-2,5 %	0,2 %	0,9 %	-3,0 %	1,4 %
Vekst 2016	**0,8 %**	2,6 %	-0,8 %	-2,1 %	2,0 %	1,4 %	1,8 %
Vekst 2015	**1,2 %**	2,9 %	-4,1 %	-0,5 %	3,1 %	2,5 %	1,3 %

SpareBank 1 SR-BANK

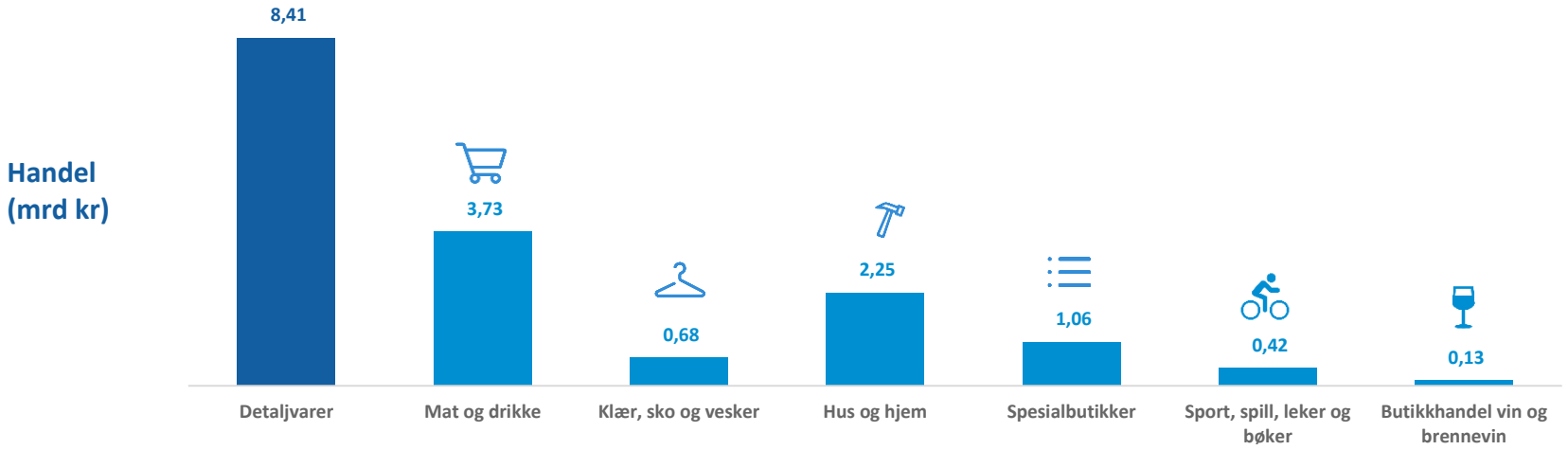
Haugalandet – 8,4 mrd kroner på varehandel og 5,1 mrd kroner på bil og samlet opp 1,8% i 2017





Kilde: SSB. *Bil mm inneholder: handel med og reparasjon av motorvogner, fritidsbåter og drivstoff. Drivstoff utgjør omtrent 25% av denne posten

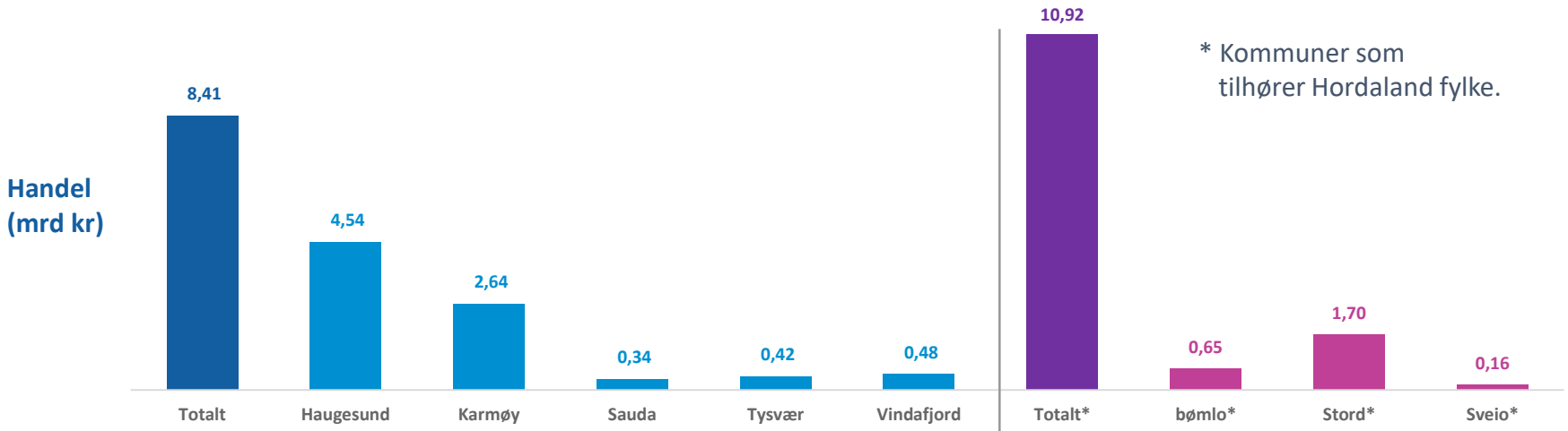
Haugalandet – noe høyere vekst enn Rogaland



Vekst 2017	**0,9 %**	1,3 %	-3,0 %	-0,2 %	2,6 %	-0,4 %	-
Vekst 2016	**2,0 %**	3,9 %	-3,0 %	-0,5 %	2,6 %	0,8 %	-
Vekst 2015	**1,1 %**	2,2 %	-3,0 %	-0,7 %	4,5 %	2,2 %	-

Det er kun tall for 2017 for «vin», derfor ingen vekst %

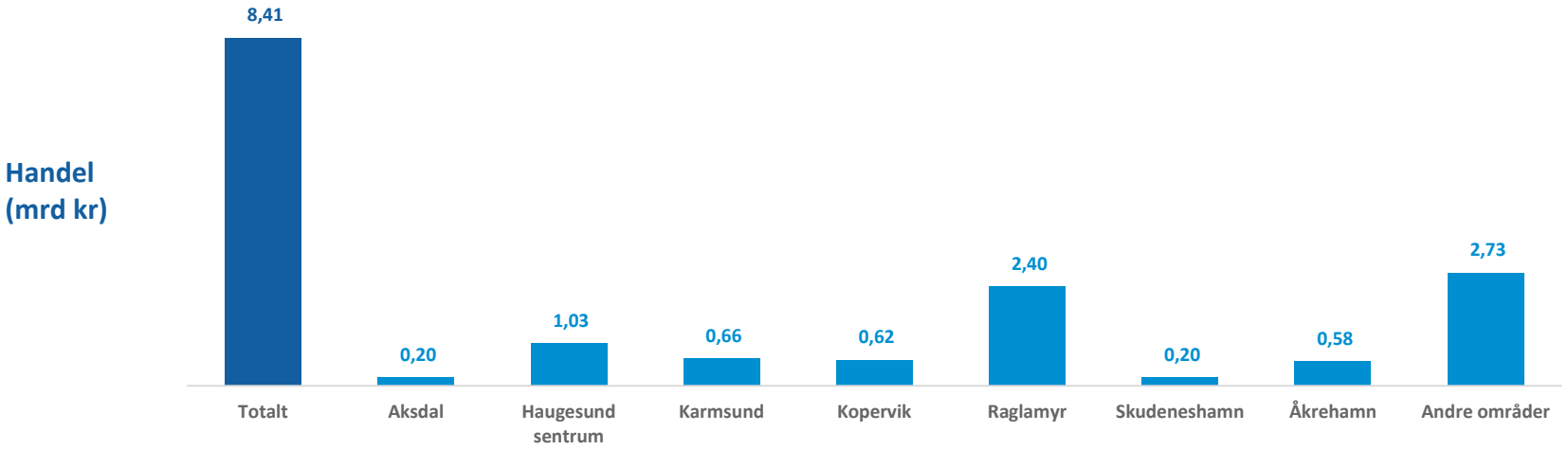
Haugalandet (kommuner) – vekst på Karmøy



Vekst 2017	**0,9 %**	-0,3 %	3,3 %	-2,1 %	2,3 %	0,6 %	**1,0 %**	2,1 %	0,3 %	7,8 %
Vekst 2016	**2,0 %**	-1,8 %	5,6 %	8,3 %	15,6 %	5,6 %	**2,3 %**	2,4 %	2,9 %	12,0 %
Vekst 2015	**1,1 %**	-0,3 %	3,8 %	0,6 %	1,9 %	1,4 %	**0,8 %**	-3,3 %	0,8 %	5,7 %

SpareBank 1 SR-BANK

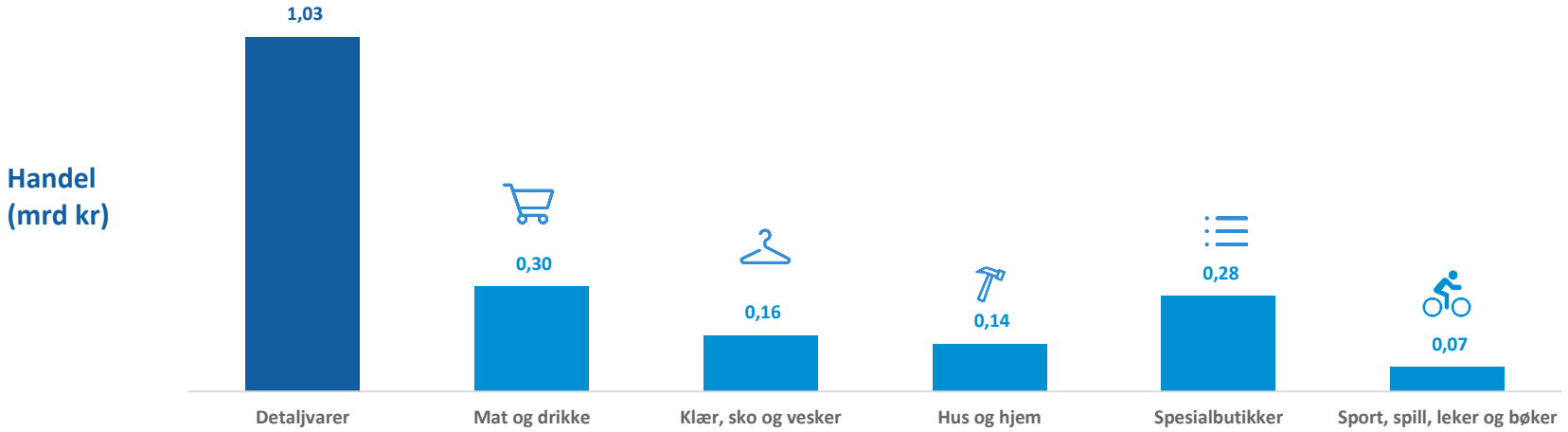
Haugalandet – handelssentre



Vekst 2017	**0,9 %**	-3,7 %	-2,5 %	1,0 %	5,6 %	0,1 %	-2,4 %	-1,0 %	3,0 %
Vekst 2016	**2,0 %**	-1,2 %	-3,4 %	8,4 %	1,2 %	-0,8 %	5,3 %	3,0 %	5,4 %
Vekst 2015	**1,1 %**	3,9 %	-1,6 %	7,9 %	5,7 %	-2,9 %	1,8 %	0,0 %	3,8 %

SpareBank 1 SR-BANK

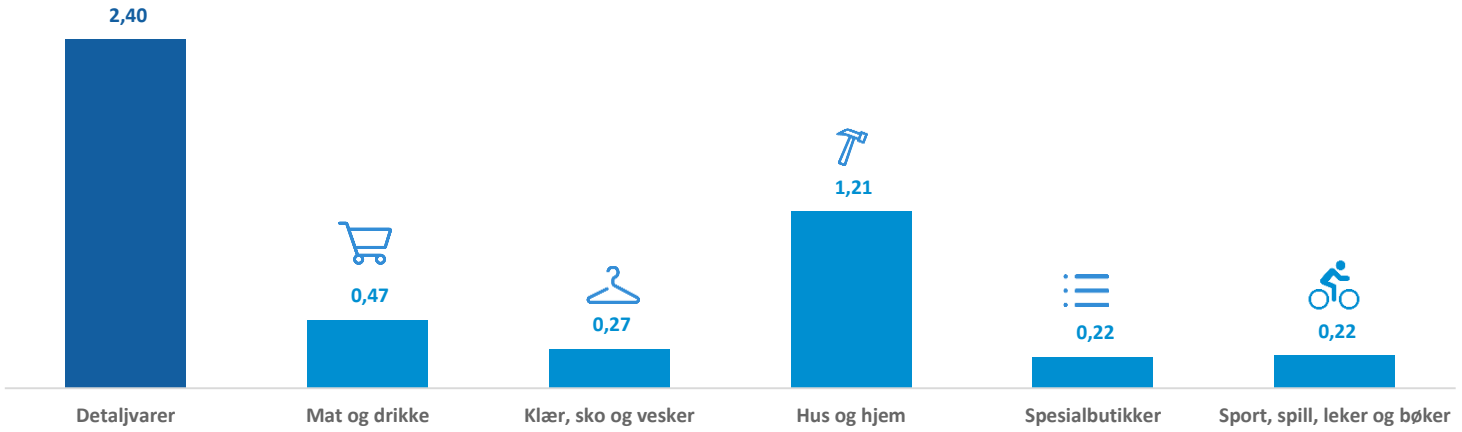
Haugesund sentrum – opp for spesialbutikker, ned for øvrige



Vekst 2017	**-2,5 %**	-0,9 %	-4,7 %	-9,0 %	2,6 %	-10,6 %
Vekst 2016	**-3,4 %**	6,3 %	-12,6 %	-9,9 %	6,9 %	-0,7 %
Vekst 2015	**-1,6 %**	7,6 %	-6,0 %	-5,2 %	-2,2 %	3,9 %

Raglamyr – nær uendret fra 2016 til 2017

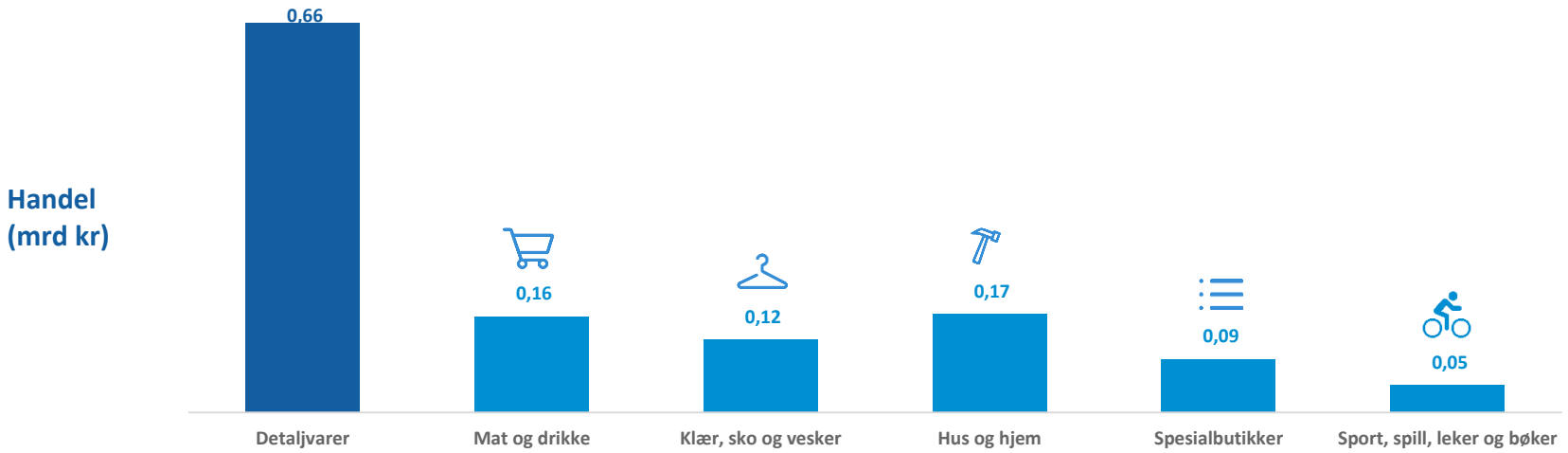
Handel (mrd kr)



Vekst 2017	**0,1 %**	-0,5 %	-2,8 %	0,7 %	2,4 %	-1,2 %
Vekst 2016	**-0,8 %**	-3,6 %	1,1 %	-0,6 %	3,6 %	-2,0 %
Vekst 2015	**-2,9 %**	-16,8 %	-4,2 %	2,3 %	3,7 %	2,1 %

SpareBank 1 SR-BANK

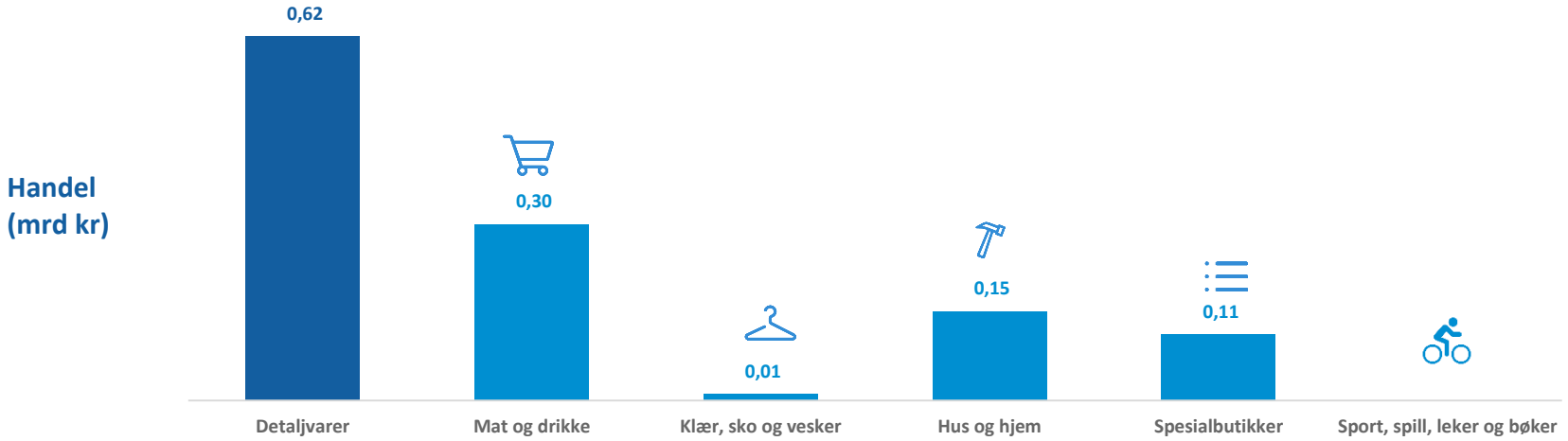
Karmsund – litt opp i 2017



Vekst 2017	**1,0 %**	4,6 %	-6,2 %	1,5 %	-2,7 %	14,4 %
Vekst 2016	**8,4 %**	-9,6 %	1,5 %	2,2 %	-2,3 %	34,7 %
Vekst 2015	**7,9 %**	9,8 %	2,5 %	3,4 %	3,0 %	12,4 %

SpareBank 1 SR-BANK

Kopervik – vekst i 2017 på 5,6%

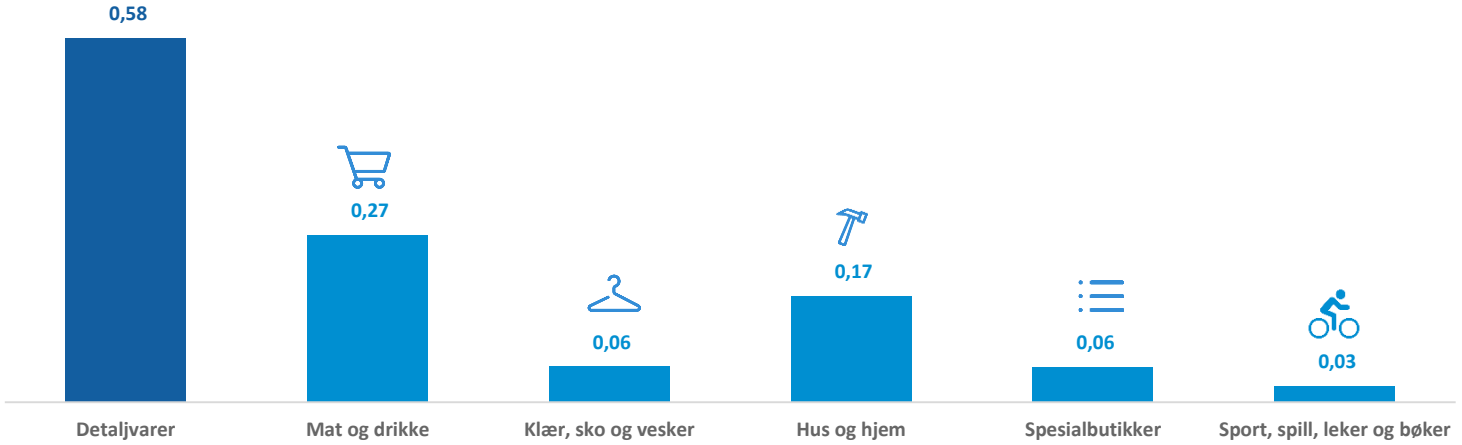


Vekst 2017	**5,6 %**	2,1 %	21,4 %	4,4 %	20,4 %	-
Vekst 2016	**1,2 %**	5,2 %	-7,1 %	0,5 %	-1,2 %	-
Vekst 2015	**5,7 %**	12,7 %	-6,8 %	-3,7 %	11,1 %	-

SpareBank 1 SR-BANK

Åkrehamn – litt ned i 2017

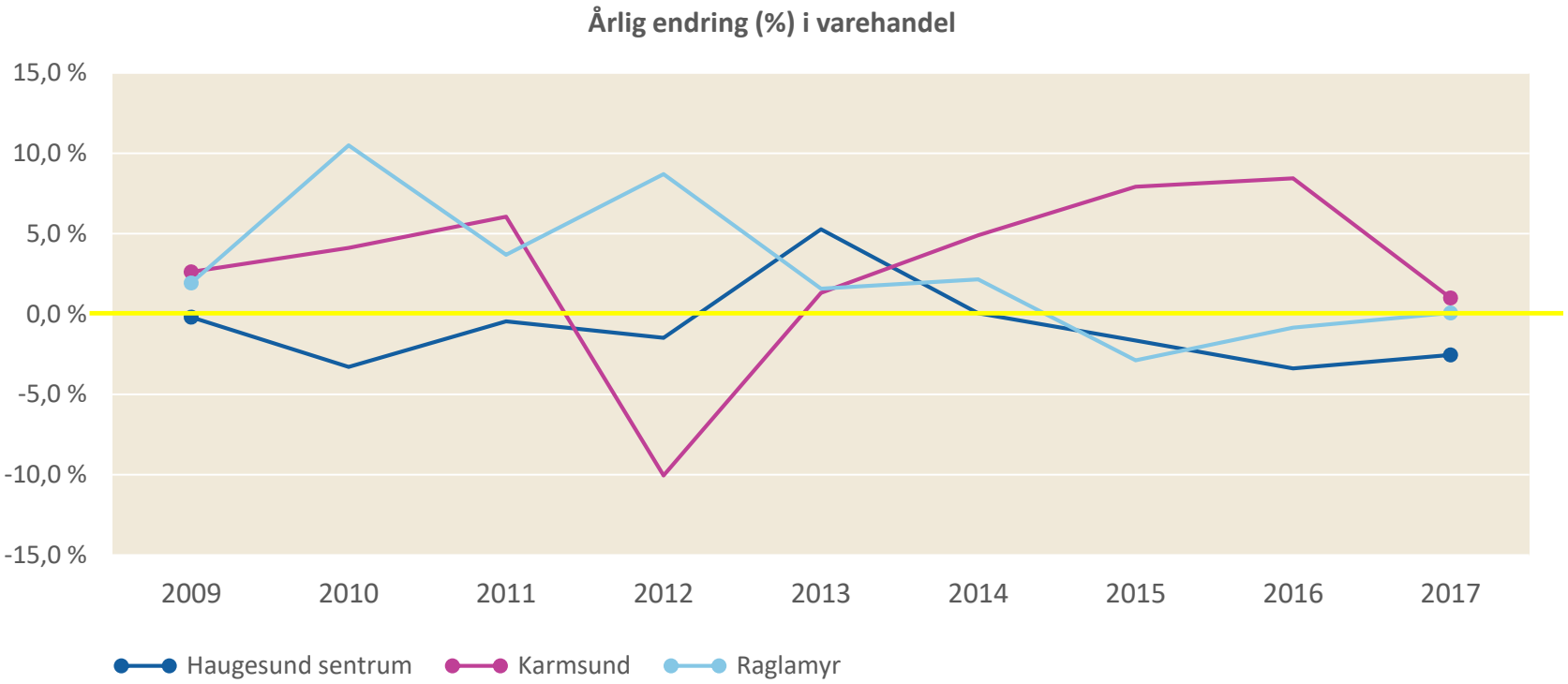
Handel (mrd kr)



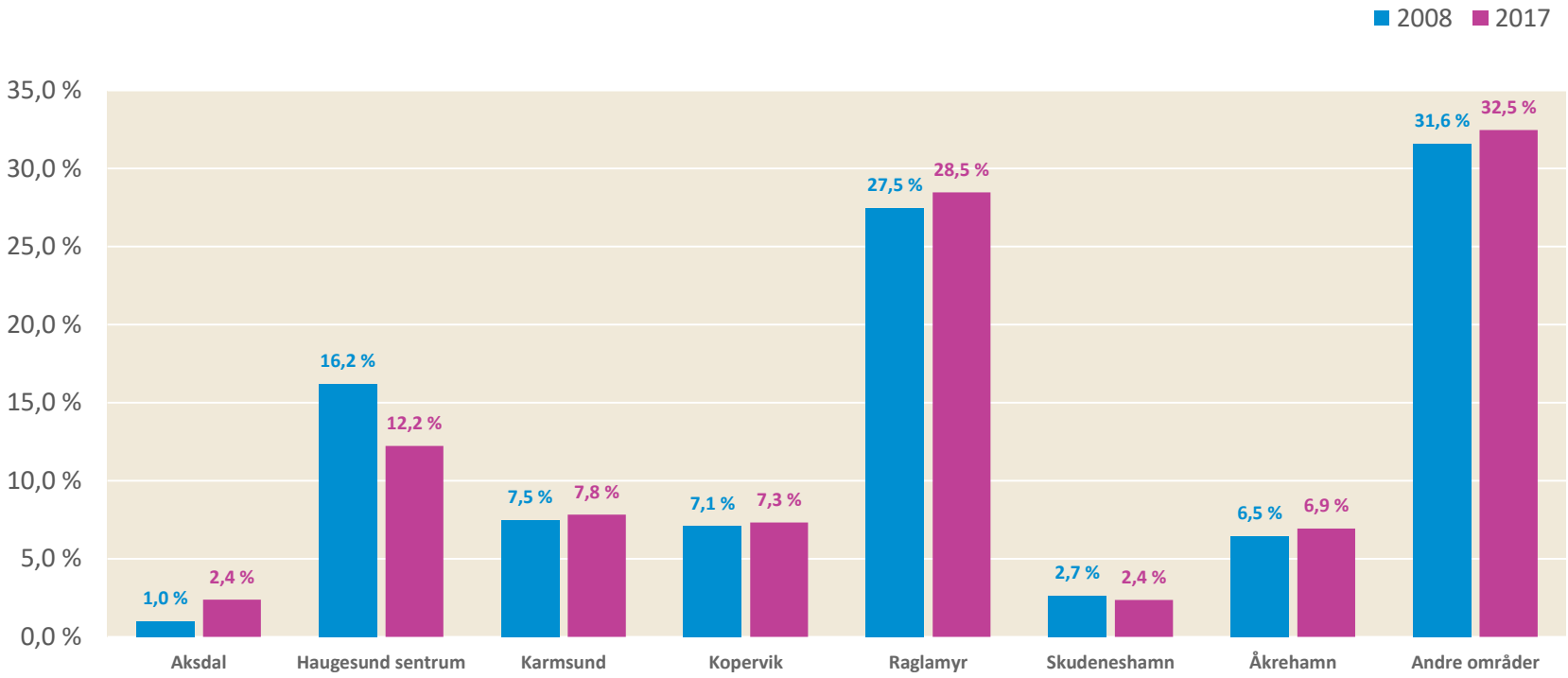
Vekst 2017	**-1,0 %**	-0,2 %	-4,3 %	-2,1 %	1,1 %	7,3 %
Vekst 2016	**3,0 %**	4,6 %	3,7 %	1,1 %	0,2 %	2,7 %
Vekst 2015	**0,0 %**	0,3 %	3,6 %	-0,3 %	-5,9 %	7,2 %

SpareBank 1 SR-BANK

Haugesund sentrum vs. Karmsund og Raglamyr



Markedsandeler - Varehandel



Markedsandeler - Befolkning

		Antall innbyggere - 1999	Vekst 1999-2018	Vekst i %	Antall innbyggere - 2018
Sveio		4.581	1.140	25 %	5.721
Haugesund Sentralt		11.589	2.911	25 %	14.500
Haugesund Øst/Solvang		4.715	2.503	53 %	7.218
Haugesund Nord		7.991	714	9 %	8.705
SUM		**28.876**	**7.268**	**25 %**	**36.144**
Haugesund Sør		5.593	1.151	21 %	6.744
Karmøy Fastlandssiden		6.660	2.199	33 %	8.859
SUM		**12.253**	**3.350**	**27 %**	**15.603**
Karmøy Vest		10.618	1.979	19 %	12.597
Karmøy Sør		4.071	31	1 %	4.102
Karmøy Øst		11.907	1.342	11 %	13.249
Karmøy Nord		3.381	55	2 %	3.436
SUM		**29.977**	**3.407**	**11 %**	**33.384**
Tysvær		**8.669**	**2.354**	**27 %**	**11.023**
Totalt		**79.775**	**16.379**	**21 %**	**96.154**

SpareBank 1 SR-BANK

Ikke så fort!

Områder		Antall innbyggere - 1999	Vekst 1999-2018		Vekst 2014-2018	
Sveio		4.581	1.140	25 %	258	
	Sveio	2.880	1.013	35 %	234	6 %
	Førde	1.701	127	7 %	24	1 %
Haugesund Sør		5.593	1.151	21 %	518	
	Sakkestad	2.029	646	32 %	332	14 %
	Rossabø	3.564	505	14 %	186	5 %
Haugesund Sentralt		11.589	2.911	25 %	158	
	Håvåsen	2.566	397	15 %	-98	-3 %
	Øyene	1.238	489	39 %	105	6 %
	Sentrum	1.916	1.231	64 %	109	4 %
	Flotmyr	2.890	518	18 %	102	3 %
	Hauge	2.979	276	9 %	-60	-2 %
Haugesund Øst/Solvang		4.715	2.503	53 %	551	
	Solvang	4.715	2.503	53 %	551	8 %
Haugesund Nord		7.991	714	9 %	-159	
	Gard	7.991	714	9 %	-159	-2 %
Tysvær		8.669	2.354	27 %	355	
	Førdesfjorden	4.530	1.832	40 %	259	4 %
	Tysvær	2.591	372	14 %	70	2 %
	Nedstrand	1.548	150	10 %	26	2 %
Karmøy Vest		10.618	1.979	19 %	325	
	Vedavågen	2.719	367	13 %	215	7 %
	Sevland	1.618	-14	-1 %	-31	-2 %
	Åkra	4.971	1.640	33 %	201	3 %
	Ferkingstad	1.310	-14	-1 %	-60	-4 %
Karmøy Sør		4.071	31	1 %	-30	
	Skudenes	4.071	31	1 %	-30	-1 %
Karmøy Øst		11.907	1.342	11 %	-39	
	Kopervik	7.649	1.238	16 %	49	1 %
	Håvik	1.122	-1	0 %	-10	-1 %
	Avaldsnes	3.136	105	3 %	-78	-2 %
Karmøy Nord		3.381	55	2 %	-22	
	Torvestad	3.381	55	2 %	-22	-1 %
Karmøy Fastlandssiden		6.660	2.199	33 %	256	
	Fastlandssiden	6.660	2.199	33 %	256	3 %

SpareBank 1 SR-BANK

Dagens tekst:

1. Litt nyere historie
2. Varehandelsrapporten
3. Konjunkturbarometeret

SpareBank 1 SR-BANK

Konjunkturbarometeret

Inklusive «Haugalandsindeksen»

SpareBank 1 SR-BANK

Rekordhøye forventninger for oljebedriftene

Oppturen skyter fart – og kan bli overraskende sterk

KONJUNKTURBAROMETER
for Sør- og Vestlandet
AUGUST 2018

Haugesund, 5. september 2018

SpareBank 1 SR-BANK

Hovedpunkter i konjunktur-barometeret

1 Oljebedriftene har rekordhøye forventninger

Det har vært 10 begivenhetsrike år for norsk økonomi med både finanskrisenedgang, oljeoppgang og oljenedgang. Oljenedgangen i 2015 til 2017 ga kraftige utslag på Sør- og Vestlandet. Det var nedgang i 2015 og 2016. Deretter flatet det ut høsten 2016 før dette barometeret (noe overraskende) indikerte optimisme våren 2017. Påfølgende utvikling har vært positiv i tråd med dette. Optimismen har økt jevnt deretter. Nå er andelen positive bedrifter den høyeste (63 prosent i sør-vest og 62 prosent i Oslo) som er målt i indeksens levetid (siden 2014).

2 Betydelig oppsving – høyest innen olje/gass og bygg/anlegg

Bedrifter med høy oljeeksponering hadde veldig krevende tider i 2015 og 2016. Det markerte, positive omslaget fra våren 2017 har vært både overraskende og imponerende. Hovedindeksen for oljeeksponerte bedrifter holder seg nær 70 prosent (vs under nøytrale 50 prosent i slutten av 2016), som er rekordnivå. Det er litt overraskende at oljebedriftene er så positive ettersom drahjelpen fra oljeaktiviteten på norsk sokkel (opp ca 5 prosent både i 2018 og 2019) er noe begrenset. Dette tyder på endringskraft og suksess i nye markeder. Videre er bygg og anlegg en konjunkturfølsom bransje som ble dratt kraftig ned av oljenedgangen, men som har kommet tilbake. Det siste året har indeksen økt fra 56 til 69 prosent i Sør-Vest. I Oslo har bygg og anlegg økt til 71 prosent, fra 61 prosent i vår. Infrastrukturprosjekter og noe mer optimisme innen eiendom bidrar til god vekst. For øvrig er det bra nivå blant øvrige bransjene på Sør- og Vestlandet på 62-64 prosent, samt Oslo 60-63 prosent.

3 Optimisme i alle fylkene

Det er optimisme blant bedriftene i alle fylkene i undersøkelsen. Fra og med våren 2017 har det vært nokså likt nivå (og gradvis stigende) i Rogaland, Agder og Hordaland. På siste måling er Hordaland og Agder på topp med en hovedindeks på 64 prosent, mens Rogaland og Oslo er like bak med 62 prosent. Rogaland har (ikke overraskende) hatt størst svingninger de siste årene. Det siste 1 1/2 året har fylket blitt løftet av bedring blant oljeeksponerte bedrifter og redusert usikkerhet. Agder og Hordaland har vært noe mindre påvirket av oljenedgangen enn Rogaland til tross for en betydelig eksponering mot sektoren. Dette skyldes et diversifisert næringsliv som nyter godt av svak kronekurs og lav rente, herunder næringer knyttet til sjømat, tradisjonell eksport, turisme og offentlig sektor.

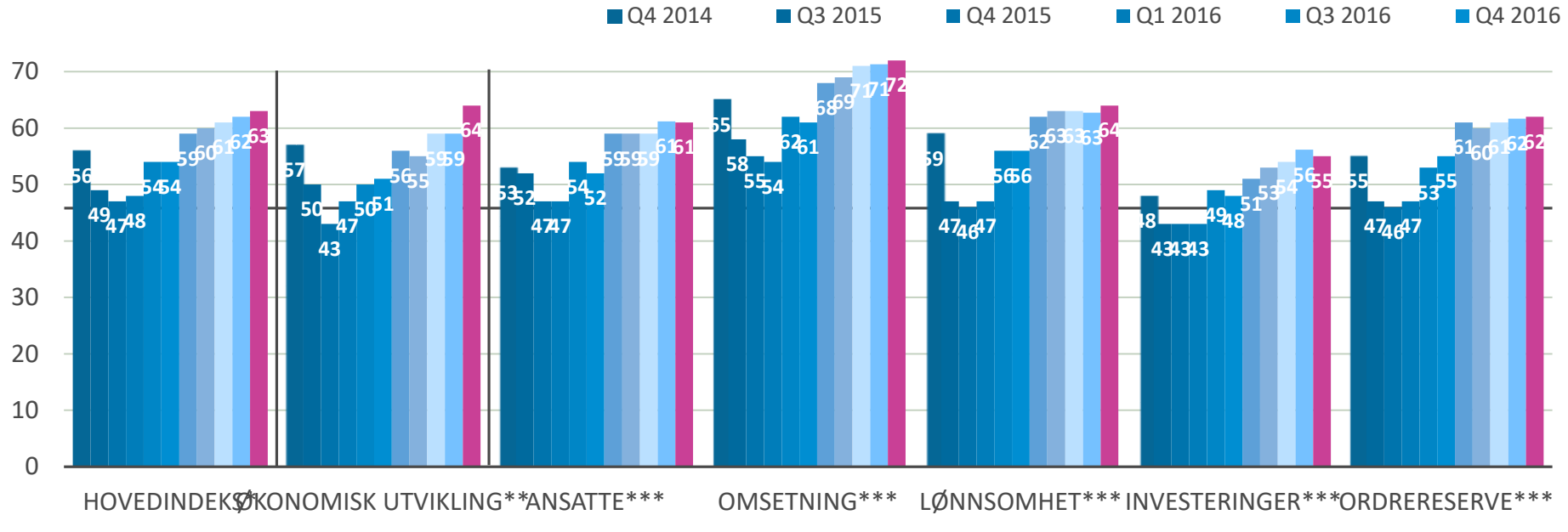
4 Flere jobber, lavere ledighet og kamp om arbeidskraften

Oljenedturen ble mild for Norge og arbeidsledigheten (NAV) har siden våren 2016 blitt redusert og er nå nær 2,3 prosent. Det er det laveste siden januar 2009. Rogaland, Hordaland og Agder er nær dette nivå (2,5-2,8 prosent) og Oslo har 2,4 prosent. På Sør- og Vestlandet har ledigheten falt markert siden toppen høsten 2016 – godt i tråd med signalene i dette konjunkturbarometer. Det er gledelig at arbeidsmarkedet er i bedring. Ledigheten er imidlertid allerede på nokså lave nivåer og signalene i dette barometeret om at 6 av 10 bedrifter (indeks på 62 prosent) skal ansette det neste året indikerer enda mer kamp om arbeidskraften. Bedrifter innen olje/gass og bygg/anlegg melder høyest vekst. Det blir kamp om arbeidskraften. Å realisere bedriftenes planer om vekst krever trolig god tilflyt av arbeidskraft til Norge og økt produktivitet i bedriftene.

5 Sterk ordrereserve og økte investeringer

Noen av indikatorene i undersøkelsen kan kaste ekstra lys over vendepunkter i konjunkturutviklingen. Et flertall av bedriftene, 59 prosent og høyere i alle fylker, venter økte ordrereserver. Det er enda høyere innen olje/gass. Blant øvrige bransjer er bygg/anlegg og industri høyest. Selv om det er bedring i økonomien (og mer press), øker bedriftenes forventninger til lønnsomhet til rekordnivå. Det tyder på at bedriftene tar grep for å sikre lønnsom (høy) vekst. Dette blir et spennende tema i takt med stadig større fart i økonomien.

Andel bedrifter (i % som venter oppgang)



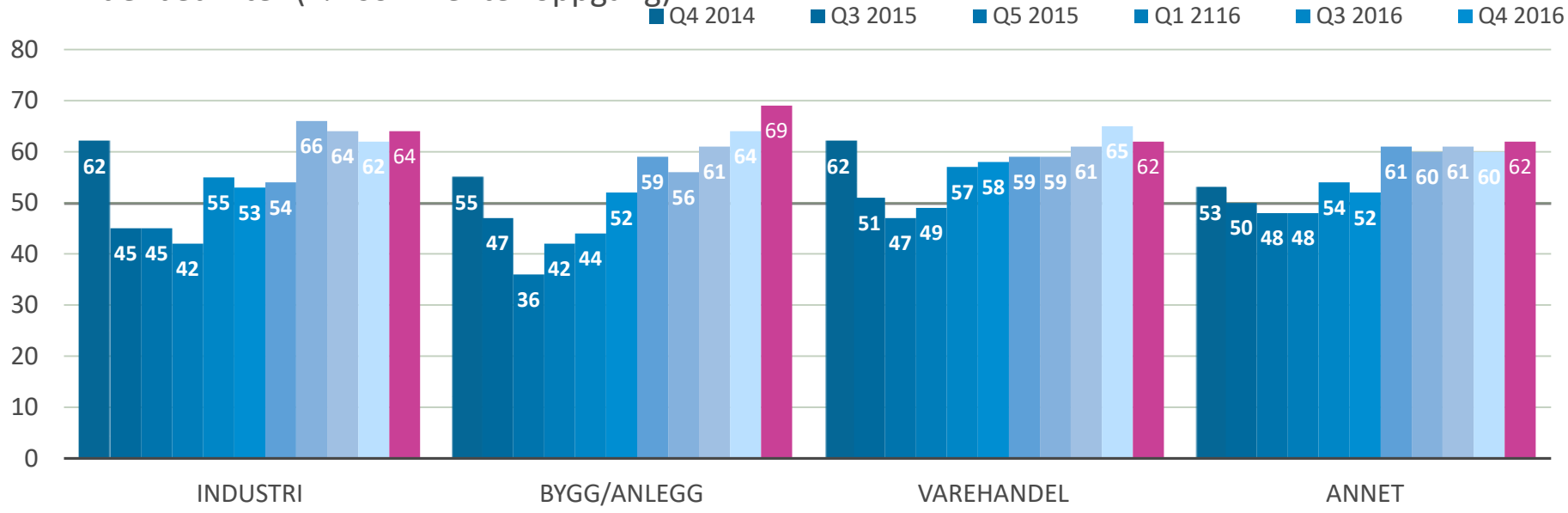
* Hovedindeks er gjennomsnitt av seks delindikatorer. ** Økonomisk utvikling de siste 12 måneder. *** Forventning neste 12 måneder

1 Markert bedring og betydelig økte forventninger

TUNNEL-
GIGANTENE
GIR STORE
RINGVIRKNINGER
Ryfast
implenia
SpareBank 1
SR-BANK

Forventninger i ulike bransjer

Andel bedrifter (i % som venter oppgang)



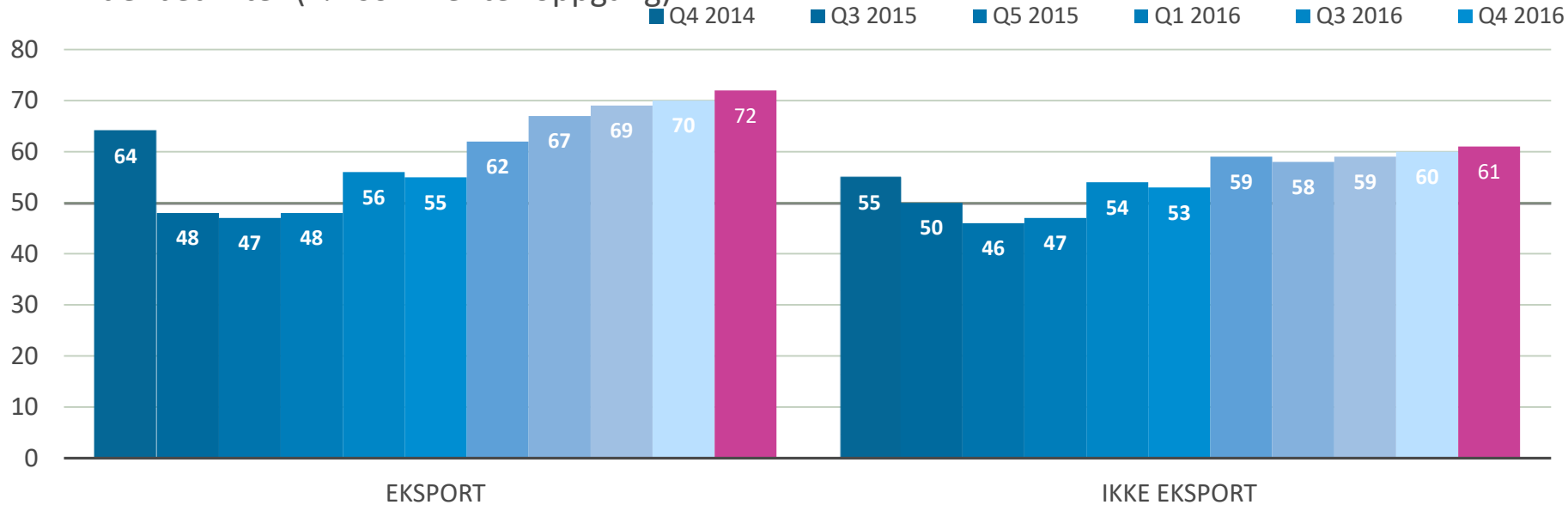
2b

Betydelig oppsving – høyest i olje og bygg/anlegg

– oljeoppgang, oljepenger, lav rente, lav kronekurs & bra ute

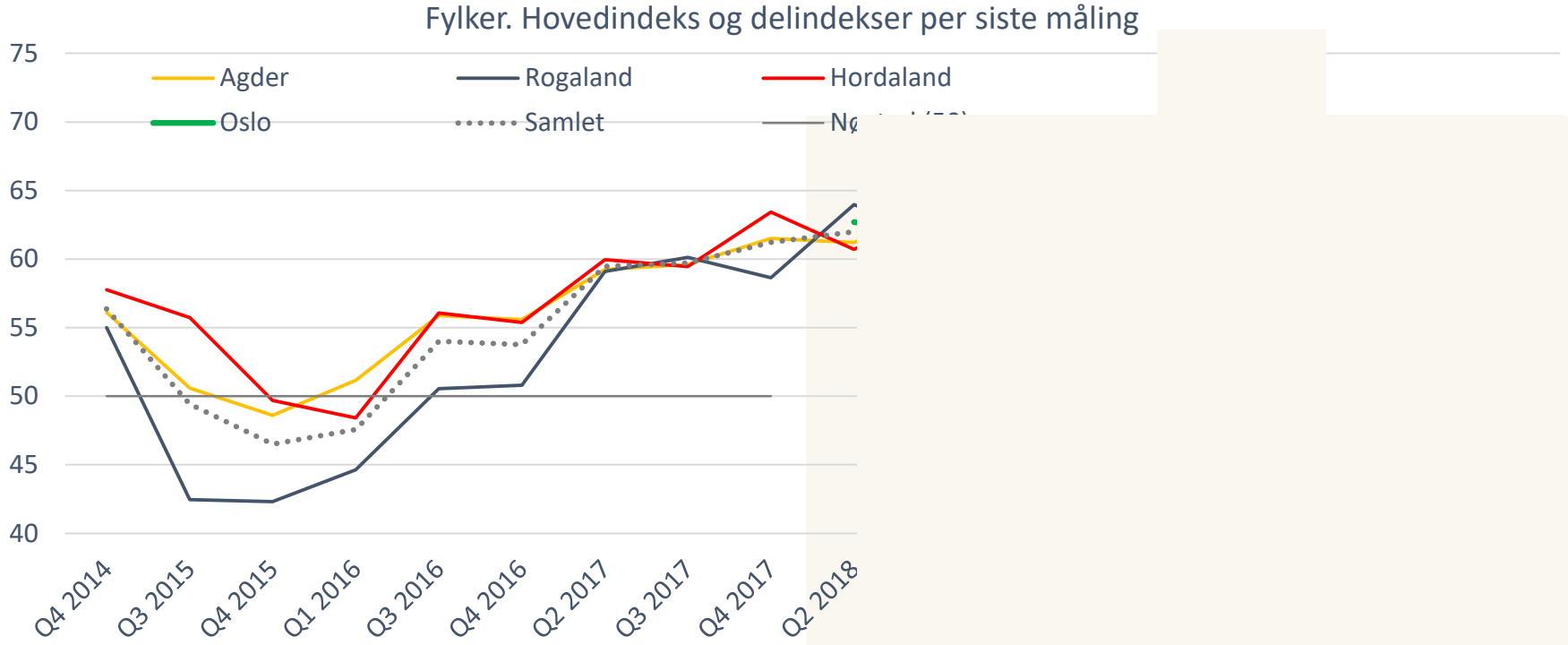
Forventninger eksport vs ikke eksport

Andel bedrifter (i % som venter oppgang)



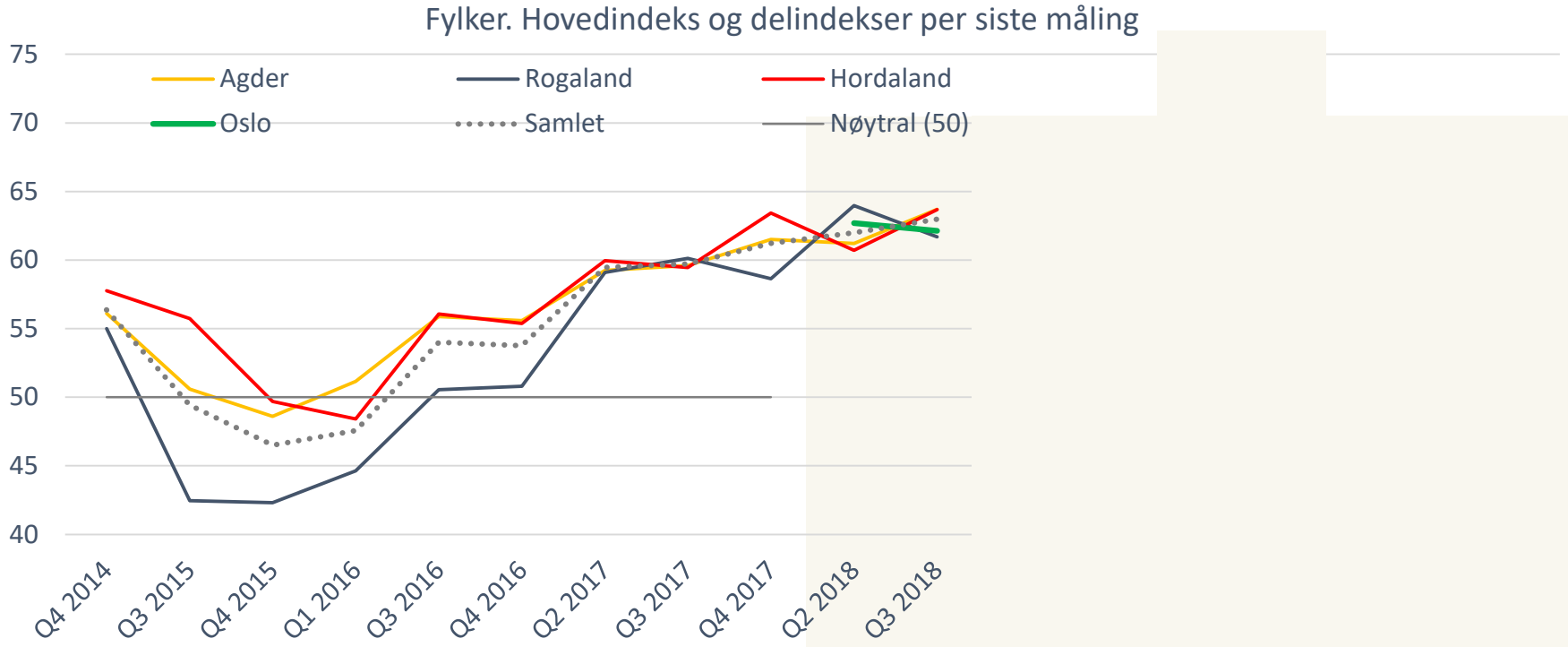
2c Eksportbedriftene trekker opp

3 Optimisme i alle fylkene – hvor er det høyest?



3 Optimisme i alle fylker ved forrige måling

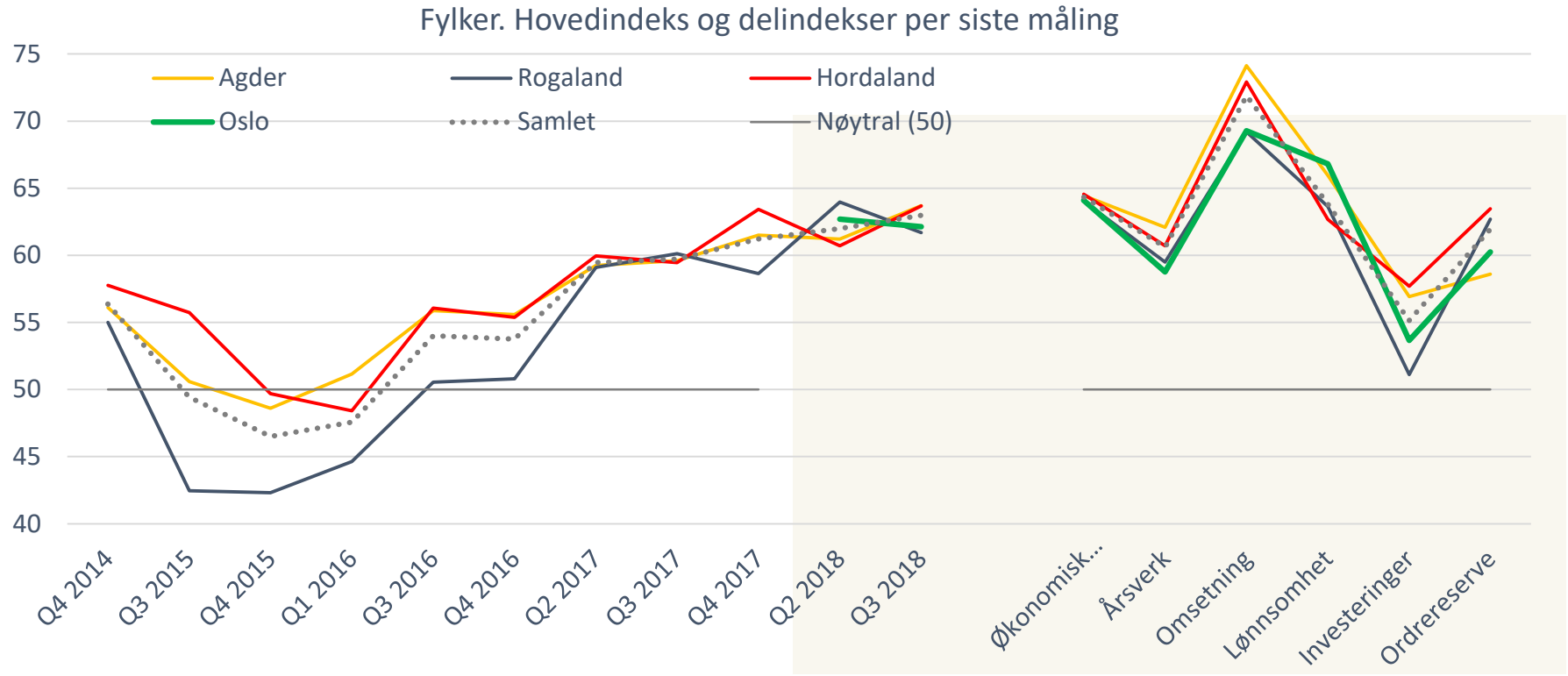
– Hva nå?



3

Optimisme i alle fylkene

– Hordaland og Agder på topp, alle fylkene har en indeks på mellom 62 og 64 prosent



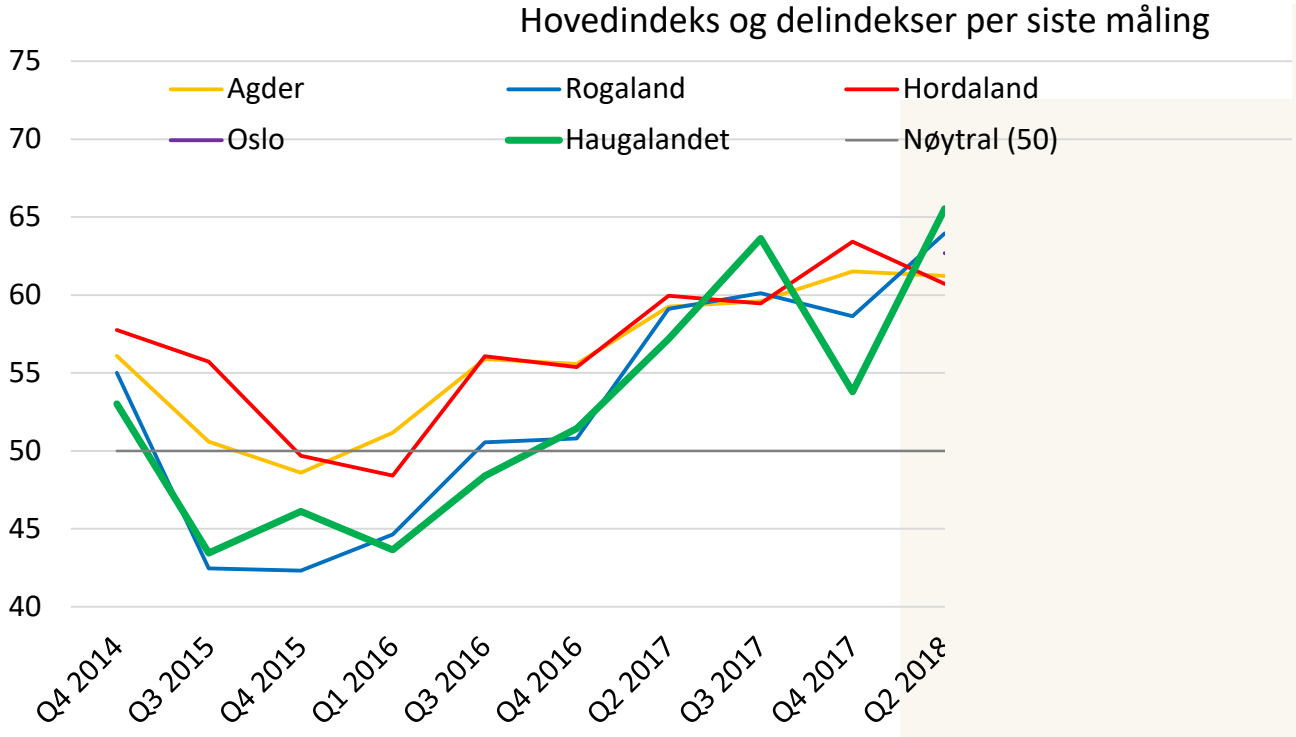
3 Jevnt over høye forventninger

– De fleste delindekser godt over det nøytrale nivået (50)

Hva med Haugalandet?

På topp sist!

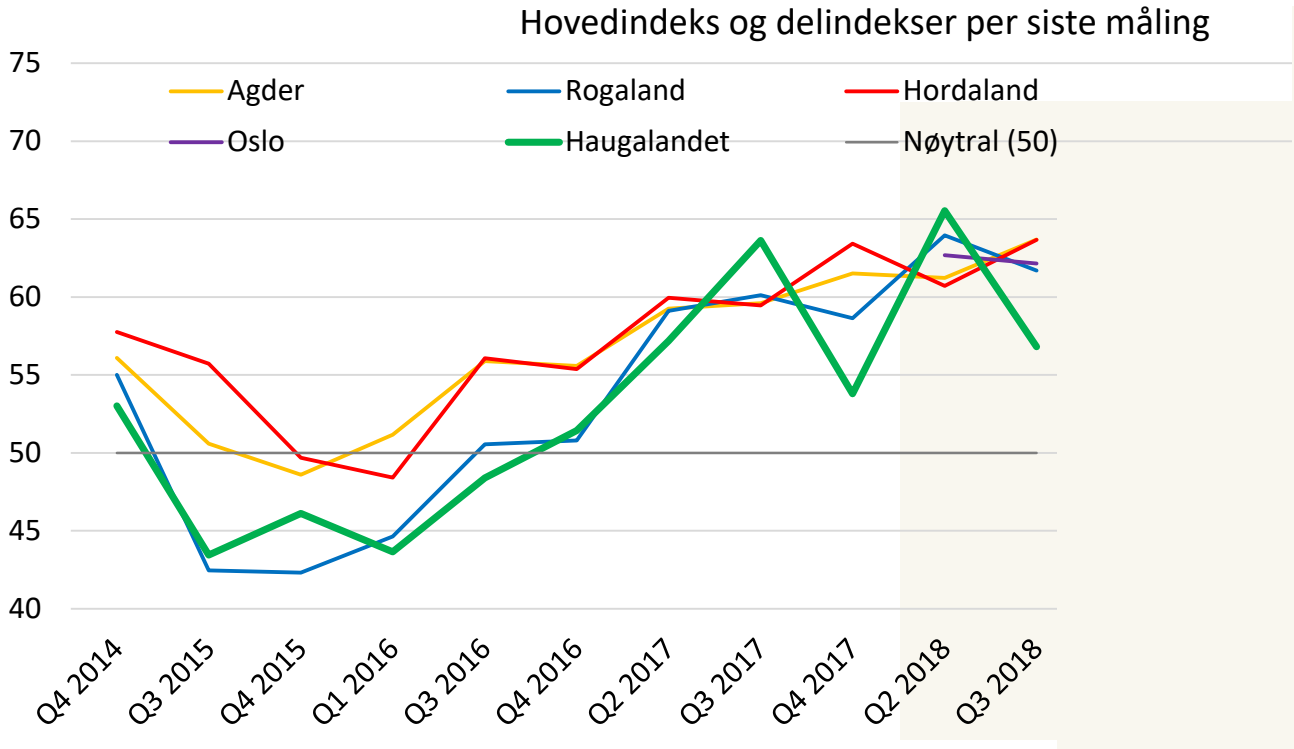
Holder optimismen seg høy?



3

Optimisme i alle regioner ved forrige måling

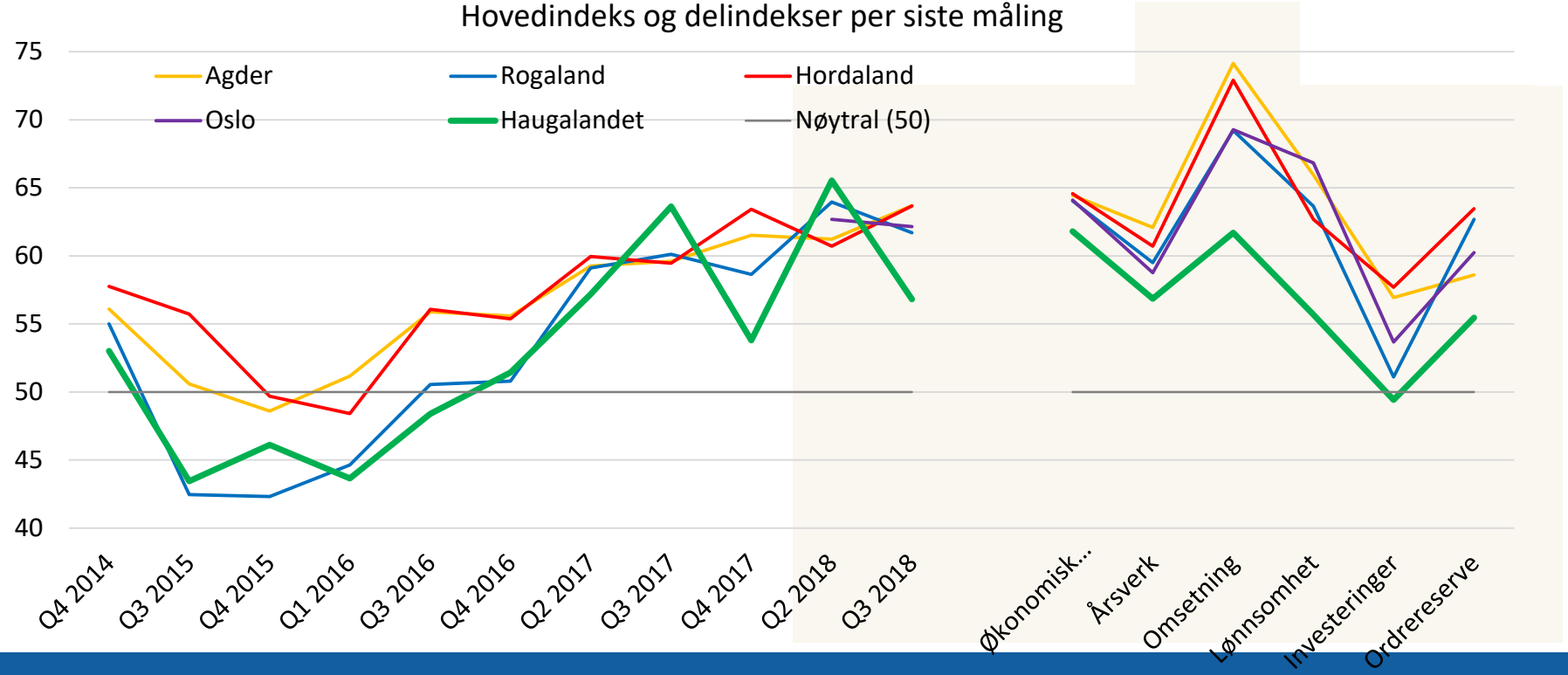
– Hva nå?



3

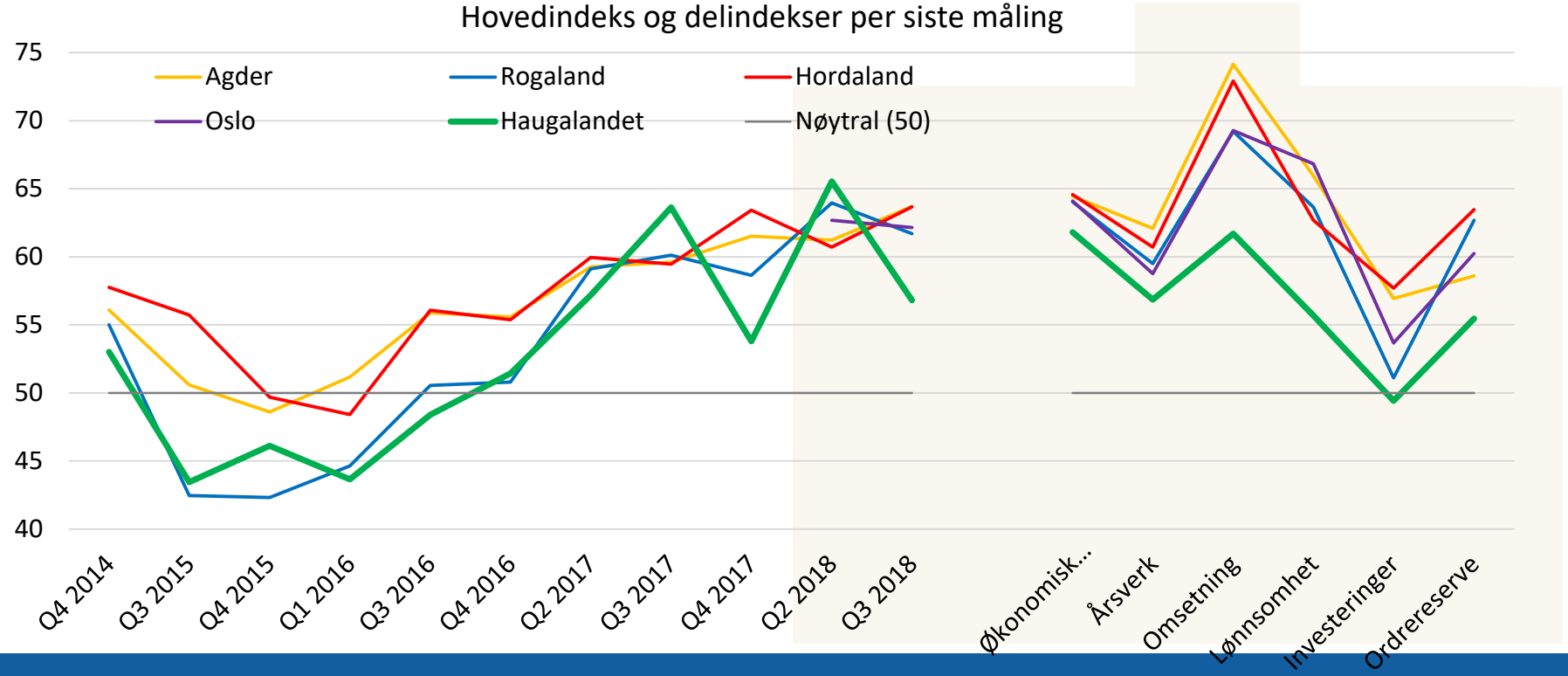
Optimisme alle steder

– Høyeste i Agder og Hordaland, men bra alle steder (og nokså likt snitt to siste målinger)



3 Jevnt over høye forventninger (investeringer lavest)

– Indikerer bred oppgang



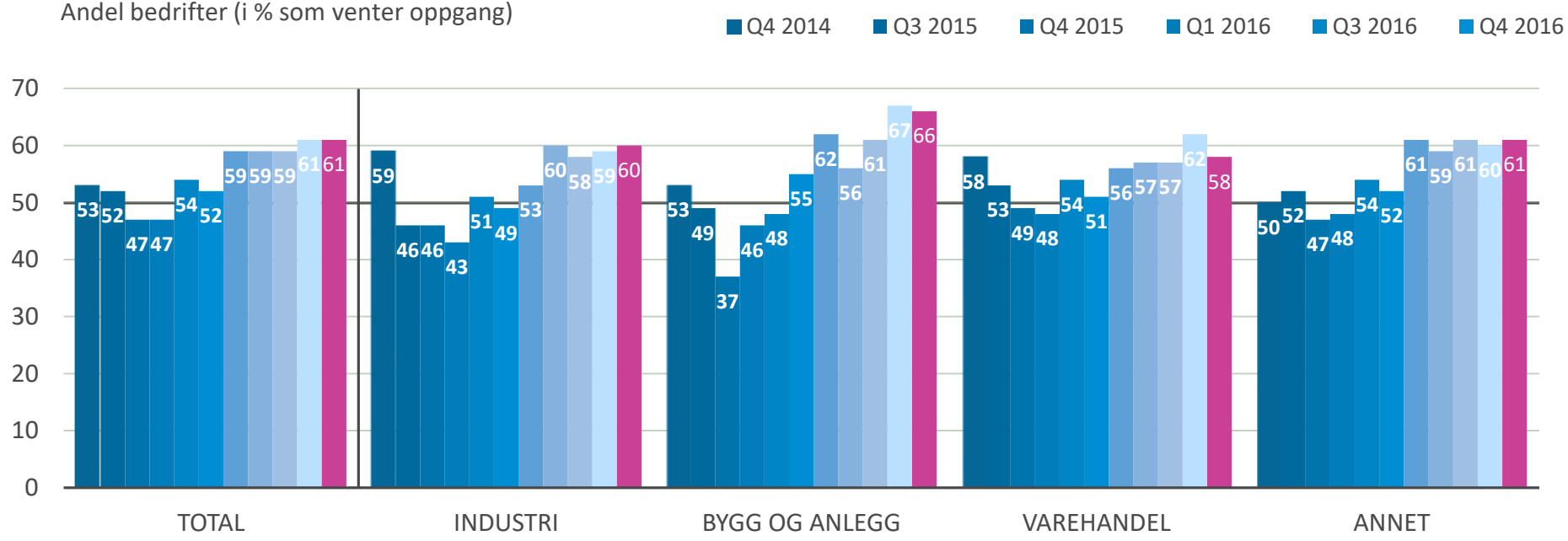
3

Optimisme i alle regioner ved forrige måling

– Hva nå?

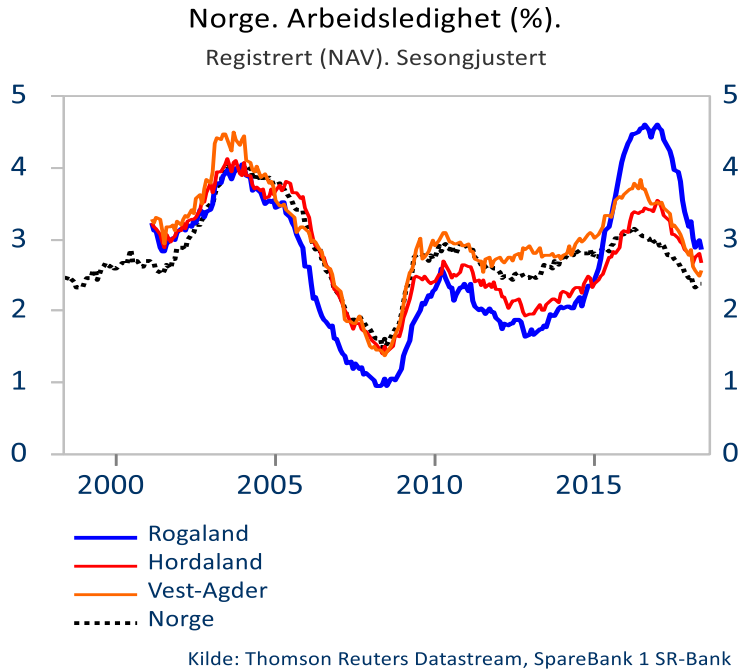
Bedriftenes planer for antall ansatte – bransje

Andel bedrifter (i % som venter oppgang)



4 Flere jobber, lavere ledighet og kamp om arbeidskraften

Arbeidsledigheten har falt (mest i Rogaland)
– få varsler om nedbemanning

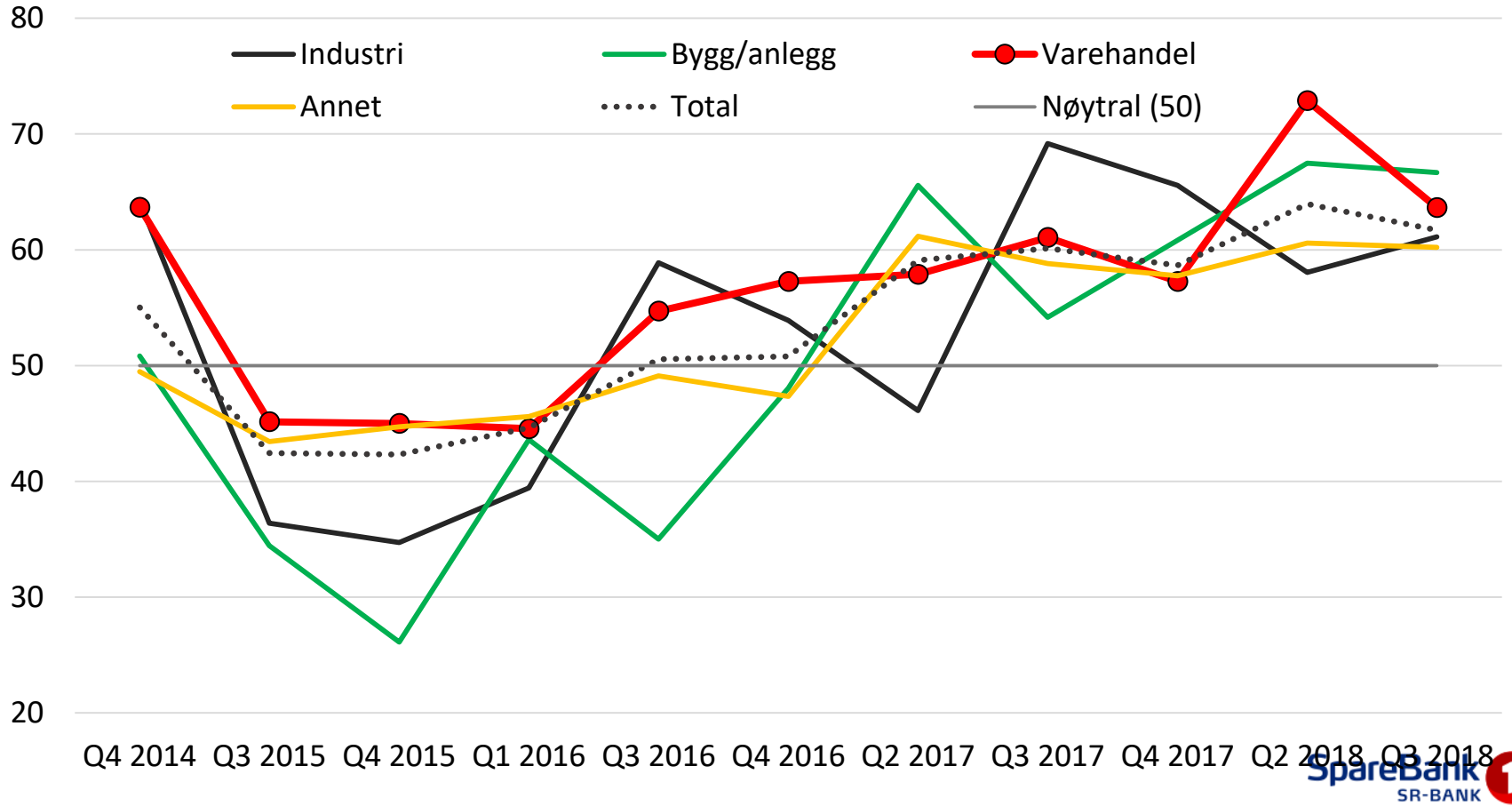


Kilde: Thomson Reuters Datastream, SpareBank 1 SR-Bank

Og så – hvordan er utsiktene for varehandelen det kommende året?

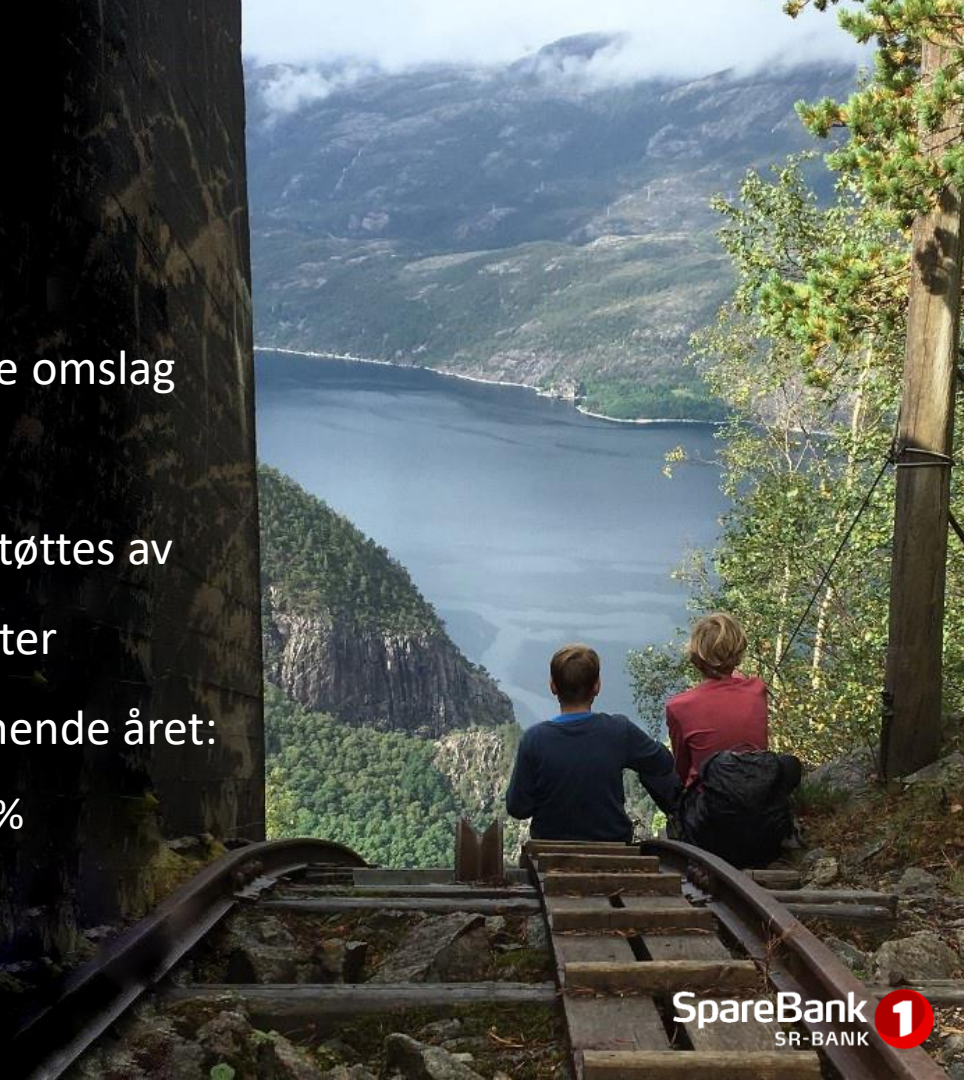
SpareBank 1 SR-BANK

Hva med ulike bransjer i Rogaland?



Nå går alt så meget bedre, men…

- Ikke opptur for alle
- Store forskjeller i oljeservice
- Store endringer i varehandelen (globalisering, internett og Amazon)
- Kamp om arbeidskraften

Oppsummering

- Enorm opptur, hard nedtur, overraskende omslag
- 2018 – oljeopptur og vekst i jobber
- Utfordringer & muligheter: Varehandel støttes av bedring, men utfordres av nett og tjenester
- Vi venter vekst i varehandelen det kommende året:
- Hordaland +3%, Agder +3% og Rogaland +4%